商店建築

12
2019

SHOTENKENCHIKU MONTHLY MAGAZINE OF STORE DESIGN/INTERIOR/ARCHITECTURE 2019 Vol.64 No.12

特集

カフェ&コーヒースタンド

Special Feature

特集／テイクアウトショップ

ワンタッチ接続で ショーケース内を演出

luper Spot Type -ルーペル スポットタイプ-

DC5Vのモバイルバッテリーを使用するので、電源が取れない
ショーケース内などで商品を照らしたい場合に便利です。

NEW ITEM

LUPER LU-SPN/LU-SPO

Spot Type -スポットタイプ-

LIGHTING VARIATION

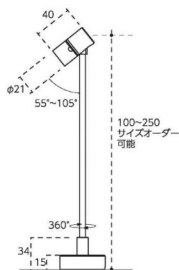
5000K(LU-SPN) 3500K(LU-SPO)

消費電力:1.33W 全光束:76~78Lm 発光効率:64~78Lm/W
演色性:80Ra 照度:1402~1591Lx
本体カラー:クローム 本体材質:アルミ 脚部材質:スチール
基板コード:2000mm USBコード(取り外し可):200mm

⚠ ご注意 正しく安全にご使用いただくために、ご使用前に必ず使用説明書をよくお読みください。

シンプルなスタンド直置き LED照明

脚部は360°回転ができ、
照明部は55°~105°まで可変するので、
商品を狙った照射が可能です。

高さは100~250mmの間でサイズの
オーダーが可能です。

株式会社ロイヤル

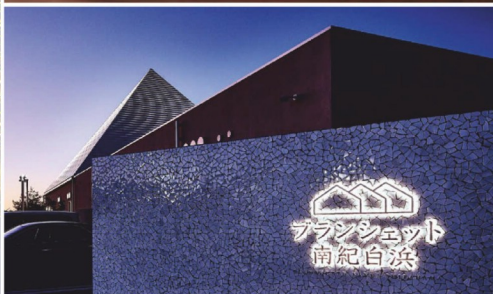
本社 / 〒577-0012 大阪府東大阪市長田東 1-4-15 TEL:(06) 6789-1234(代) FAX:(06) 6789-1231

東京 / 〒130-0023 東京都墨田区立川 3-6-8 TEL:(03) 3634-6180(代) FAX:(03) 3635-5766

ルーペルの導入事例をWebで公開 ルーペル

http://www.royal-co.net/luper/examples/

〔資料請求番号 502〕

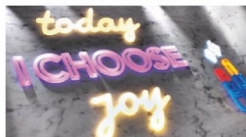
光が物語る
商空間へ。

LEDサインのことなら、なんでも。

LEDIUS SIGN SMART

細く、スマートな発光面を極限まで再現できるサイン。発光面0.8mmの細さを可能にし、繊細で緻密なデザインにも対応。

LEDIUS SIGN NEO

従来のネオン管を安全に使用できるLEDで再現したサイン。実際のネオン管と同じ細さのサイズにも対応。

LEDIUS SIGN BOARD NEON

80色以上のカラーバリエーションをもつ建築用ボードと一体型になったネオンサイン。一枚のボードで施工性が抜群。

東京支店・ショールームが恵比寿に移転。リニューアルオープンしました! 福岡営業所も開設!

株式会社タカショーデジテック

本社	和歌山県海南市南赤坂20-1 〒642-0017 TEL.073-484-3618
東京支店	東京都渋谷区東3-14-16 KHOビル1F 〒150-0011 TEL.03-5244-5966
大阪営業所	大阪府大阪市住之江区南港北2-1-10 ATCビルITM棟9F 〒559-0034 TEL.06-6612-6697
滋賀営業所	滋賀県草津市東草津1-4-53 吉田ビル2-2 〒525-0033 TEL.077-566-3544
福岡営業所	福岡県糟屋郡宇美町貴船5-4-6 〒811-2131 TEL.080-5709-0391
海外拠点	台湾営業所 / 韓国支店 / 中国広州事務所 / 上海事務所 / 南方高秀花園有限公司

LEDIUS LIGHTING LAB. Head office / Osaka / China

サインカタログ発刊!
カタログ請求はこちら

LEDに特化したサイン製作20,000件を超える経験と実績。新たなニーズに対応し、幅広い商品を取り揃えています。〈全56ページ〉

タカショーデジテック 検索

〔資料請求番号 002〕

Piazza di Siena
Roma - Italy
Designer Secondo Me - Roma

Merano〔メラーノ〕

Designed by Alex Gufler ／ *Produced by TON*

New Catalog VOL.5

〔資料請求番号 009〕

NMG017
NMG079
NMG017
NMG001
NMG004
Golden Mold
ゴールデンモール
NMG077
NMG085
NMG071
NMG077
軽量で加工や施工が容易な
モールディング&装飾材シリーズ
全100種類以上をラインナップ
ポリウレタン製
内装用
装飾建材のインターネット通販
みはしショップ
www.mihasishop.jp
世界中の装飾建材を低価格でお届け！
みはしショップ
0120-095-521
TEL 03-5967-0525 FAX 03-5997-1407
みはし株式会社 通販事業部
ショールームでご覧になれます
みはしグループ
ショールーム
華飾市場
kasyoku-ichiba.com
板橋区高島平

[資料請求番号013]

DECK'S
wood
ハンドスクレイプ加工
15mm
無 垢
左：DECK'S DECK HS Ormosia Solid (UVMat) T:15mm × W:120mm × Random
中：DECK'S DECK HS Ormosia Solid (Gray Tone) T:15mm × W:120mm × Random
右：DECK'S DECK HS Teak Solid (UVMat) T:15mm × W:120mm × Random

DECK flooring

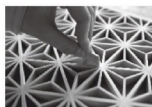
資料のご請求は挟み込みの専用ハガキか当社HPをご利用ください。

〔資料請求番号 403〕

〔資料請求番号 404〕

　資料のご請求は挟み込みの専用ハガキか当社HPをご利用ください。

日本チームの活躍が記憶に新しい、今年のラグビー世界大会。
世界中のファンを湧かせた日本選手の紅白のユニフォームには、
縁起の良い日本の吉祥文様が織り込まれていました。
紗綾形(さやがた)、青海波(せいかいは)、そして胸の真ん中には麻の葉文様。
「選手たちがケガをせず、良い結果を残せますように…」
スポーツの世界同様、様々なお客様をもてなす商空間にも
縁起の良いモチーフが喜ばれます。
タニハタが組子に使用する伝統文様にはすべて意味があり、
施工主旨に合わせた文様の提案をさせていただいております。

吉祥文様に込めた想い

株式会社 タニハタ　富山市上赤江町 1-7-3　0120-41-2872
カタログをご請求ください　www.tanihata.co.jp

〔資料請求番号 405〕

コンセプトモデル Concept Model

tanico

TX-07

東京ビッグサイトで開催された展示会《HCJ2018》にて
鎧塚シェフの想いをカタチにしました。

詳しくはこちらまで
タニコー　検索
http://www.tanico.co.jp

タニコー株式会社
本社　〒142-0041 東京都品川区戸越 1-7-20
TEL:03-5498-7111(代)

〔資料請求番号 406〕

Modern Chinoiserie（シノワズリー） 木製格子

オリジナルデザイン・豊富な在庫・特注対応（高さ3m実績あり）

新商品：不燃材格子、ＭＤＦ基材格子

KOWA　中国格子 で 検索　http://www.kabu-kowa.co.jp

株式会社 コーワ　静岡市葵区日出町5-1興和ビル1F　TEL 054-255-5040　FAX 054-255-5140　E-mail kowa@kabu-kowa.co.jp

〔資料請求番号 409〕

寺岡は社会に貢献し未来をひらくブランド

アルミサッシ対応
テラオカフルオープナーMINI

ステンレスサッシ対応
寺岡フルオープナー

省エネタイプ強化硝子ドア
テラオカ セナージ・ドア

寺岡では、
スライドタイプ 、スイングタイプ、
フルオープンタイプと
様々な自動ドアのバリエーションを
とり揃えております。

魅力のトビラを開けよう。

お客様に数多くのショップから
選んでいただける理由は、
いごこちの良さをガラス越しに
発信しているからかもしれません。
入りたくなるお店の側にいつも私たちがいます。

寺岡オートドア株式会社
http://www.teraoka-autodoor.co.jp

寺岡自動ドア　検索

◎自動ドアに関するあらゆるご相談にお応えいたします。

●札幌011-231-4568 ●仙台022-782-2411 ●水戸029-251-8611 ●埼玉048-858-5037 ●東　京03-3493-3521 ●東京03-5718-5111 ●横浜045-450-3355
●甲府055-241-8221 ●松本0263-58-0777 ●新潟025-268-3221 ●金沢076-265-5418 ●名古屋052-911-2361 ●大阪06-6372-6066 ●神戸078-822-1564
●広島082-873-3131 ●高松087-862-3828 ●福岡092-626-8877 ●長崎095-813-3821 ●鹿児島099-210-1382 ●那覇098-886-0946　ほか全国各拠点

〔資料請求番号 410〕

資料のご請求は挟み込みの専用ハガキか当社HPをご利用ください。

「商店建築」デジタル版のご案内

“SHOTENKENCHIKU” is now available as a DIGITAL MAGAZINE !!

You can find us in digital magazine store “ZINIO” and “FUJISAN Magazine Service”.

「商店建築」デジタル版は、パソコンやお手持ちのiPadなどの携帯端末で紙の誌面と同一の内容を閲覧できるサービスです。事務所内でじっくり読む時は紙の雑誌を、クライアントとの打ち合わせや移動中に見る際には、気軽に数冊を持ち歩くことのできる「デジタル版」を、とシーンに合わせてご活用ください。2012年1月号より好評発売中!!

価格	単号2,000円（税込） 定期購読22,000円（税込）1冊分お得に！
対応端末	iPad　iPhone　PC（Mac／Win）　Android

デジタル版は電子雑誌サービス「Zinio」、および「富士山マガジンサービス」と提携してインターネット上でのみ販売致します。ご購入は、商店建築社ホームページのDIGITAL MAGAZINEのリンクをご利用ください

弊社にて定期購読（紙版）をお申し込みの方には、デジタル版1年分を無料プレゼント!!

定期購読料：25,200円（12冊・税込み）　送料無料

◎「商店建築」の雑誌（紙版）の定期購読を新規・継続でお申し込みいただいた方（メールアドレスの登録が必要です）は、Zinio（ジニオ）社提供のデジタル版が無料で閲覧できます。デジタル版は、定期購読期間中の全号を見ることができ、購読期間終了後も閲覧可能です。
◎巻末のFAX注文用紙にてお申し込みいただいた方には折り返し、振込用紙を送付させていただきます。ご入金確認後、該当開始号より本誌（紙版）を1年間毎月お送り致します。また、ご登録いただいたアドレス宛にデジタル版の閲覧方法をメールにてご連絡致します。なお、ご入金後のキャンセルおよび途中解約はできませんのであらかじめご了承ください。（国内のみの発送とさせていただきます）
◎デジタル版の無料サービスは、当社（ウェブサイトおよびFAX注文）で定期購読をお申し込みいただいた方にのみ対応するサービスです。

〔資料請求番号 411〕

〔資料請求番号 412〕

資料のご請求は挟み込みの専用ハガキか当社HPをご利用ください。

AD INDEX

December, 2019

広告情報／ご照会のせつは広告頁内に掲載している資料請求番号をご確認の上、とじ込みの資料請求カード（ハガキ）でご請求下さい

製品別

会社別

December 2019, SUMMARY

CORD/CODE
(Page 38)
The ODS's exhibition CORD/CODE was held in a basement gallery THE GINZA SPACE of THE GINZA COSMETICS GINZA located at Ginza 5-chome, Tokyo. It displayed models of window display and the building of the store. A spatial installation by numerous wires was intriguing. Also, furniture CORD/CODE was exhibited. The theme of the exhibition is to make space by wires(codes) in accordance with rules for spatial elements.
Designer : ODS

ONIBUS COFFEE Yakumo
(Page 52)
Renovation project of bicycle shop on Komazawa-Dori, Yakumo, Meguro-ku, Tokyo. This coffee shop has a roaster and a skeleton ceiling. The floor is cement plastering to withstand the load and the facade uses steel sashes. Solid wood materials are used for facade, counter, and furniture, as possible as they are. Above all, the use of warm-eaten or gnarled lumbers is impressive. The floor uses salvaged wood materials from a 100 years old sake brewery hose of The Terada family that has run brewing industry for more than 340 years. Company men of ONIBUS COFFEE salvaged deserted beams and columns for processing on their own.
Designer : Kazufumi Suzuki

IRUMANDO
(Page 57)
Located in Chuo-ku, Tokyo, this coffee shop was a remodeling project of fifty years old camera shop, making the most of the shop history and the context. The building is two-storied and the floor area is only 25㎡ each, which in the end made the architect to create this micro cosmos interior with the impressive use of arched ceiling and low light intensity. The wall has very small glazed holes to project inverted images of the outside on the interior wall of the shop. The interior design is based upon concept of "camera obscura". In this rapidly changing Tokyo, this coffee shop seems to be a toll of memorizing the neighborhood.
Designer : Senbunnoichi

STARBUCKS COFFEE KYOTO BAL
(Page 116)
STARBUCKS COFFEE KYOTO BAL focuses on art scene in Kyoto, designed by collaboration of in-house designer team and SANDWICH, a platform joined by various artists. The atmosphere of the environment is so free and unique, like a shared studio for young artists. In a grey-based room, there are eighty art pieces by thirty creators. The entrance makes a buffer zone for visitors and the floor uses dripping drawing by art students. Everything in this cafe stimulates visitors' art mind and makes their coffee special.
Designer : SANDWICH + STARBUCKS COFFEE JAPAN

GACHA GACHA COFFEE
(Page 120)
GACHA GACHA COFFEE is a self-service style cafe, saving shortage of labor force. You buy capsuled coffee beans from gachapon, a coin-operated vending machine, to make your coffee on your own. You can taste freshly ground and dripped coffee, while you are excited. The machines stock six types of beans with winning capsule of rare brand from Karuizawa-based Maruyama Coffee. Tables and chairs are all original by the architect.
Designer : nendo

LEMONADE BY LEMONICA Shibuya Stream
(Page 132)
This establishment is the flagship shop of LEMONADE by Lemonica offering takeout. The focal point is an eat-in-space which makes shoppers behave naturally when they drink lemonade and it is also a public space with swing-like seats.
The eat-in was designed to induce people's action. The lemon-shaped decorations and vitamin colors, lemon yellow pop-neon tubes represent freshness of lemonade.
Designer : SWeeT

BAKE CHEESE TART / CROQUANT CHOU ZAKUZAKU Sakura-machi-Kumamoto
(Page 161)
Operate by BAKE Inc., this shop firstly mixes their major merchandise BAKE CHEESE TART and CROQUANT CHOU ZAKUZAKU. In a minimalistic area of the former, slim solid metal rods make shelves for tarts and brand icon yellow boxes. The latter CROQUANT CHOU ZAKUZAKU is composed of blue graduation glass surfaces with a rounded square hole.
Both shop share white painted steel, glass, and mortar as main materials. One shop looks sharp and the other one cute.
Designer : Takasu Gaku Design and Associates

365 NICHI TO NIHOMBASHI
(Page 178)
Located in Takashimaya Nihombashi New Building. this is the second shop of 365 NICHI TO NIHOMBASHI, which is a popular bakery operated by Akimasa Sugikubo and based in Tomigaya, Shibuya-ku, Tokyo. The establishment is located near the entrance of the building and the facades are fully glazed for shopper to see through the sales are and the kitchen. The store also has an eat-in and sells spice and food. This bakery proposes Japanese bread and the interior design theme is modern Japanese. When you enter the store by using sliding doors, you face the iron-framed bread rack. Face-to-face sales encourages communication. The traffic line is one-way, considering the busy time.
Designer : VYONE

CONTENTS

December 2019

FEATURE ARTICLE

業種特集／カフェ&コーヒースタンド

SPECIAL FEATURE
特集／テイクアウトショップ

FOCUS

COLUMN & NEWS

SERIAL

ADVERTISING

本誌に使用されている図面表記の略号

AC	空調機	Air Conditioner
BC	ボトルクーラー	Bottle Cooler
BS	ビールサーバー	Beer Server
BY	バックヤード	Backyard
CH	天井高さ	Ceiling Hight
CL	天井基準面	Ceiling Line
CR	クロークルーム	Cloak Room
COT	コールドテーブル	Cold Table
CT	カウンター	Counter
DCT	ディシャップカウンター	Dish up Counter
DD	ドリンクディスペンサー	Drink Dispenser
DS	ダクトスペース	Duct Space
DSP	ディスプレイスペース／	Display Space／
	ディスプレイステージ	Display Stage
DT	ディスプレイテーブル	Display Table
DW	ダムウエーター／リフト	Dumbwaiter／Lift
ES	エスカレーター	Escalator
EV	エレベーター	Elevator
F	冷凍庫	Freezer
FR	フィッティングルーム	Fitting Room
FL	フロアレベル	Floor Level
GAT	ガステーブル	Gas Table
GL	基準地盤面	Ground Level
GT	グリストラップ	Grease Trap
Hg	ハンガーラック	Hanger
IM	製氷器	Ice Maker
M	鏡	Mirror
M･WC	男子用便所	Men's Water Closet
PA	音響機器(室)	Public Address(Room)
PS	パイプシャフト	Pipe Shaft
PT	包装台	Package Table
R/RCT	レジスター／	Register, Cashier／
	レジカウンター	Cashier Counter
RF	冷蔵庫	Refrigerator
RFR	冷凍冷蔵庫	Freezer & Refrigerator
S	シンク	Sink
SC	ショーケース	Show Case
Sh	棚	Shelf
SP	スピーカー	Speaker
SPC	サンプルケース	Sample Case
ST	ステージ	Stage
SS	サービスステーション	Service Station
SW	ショーウインドー	Show Window
T	テーブル	Table
VM	自動販売機	Vending Machine
WT	作業台･調理台	Work Table, Worktop
W･WC	女子用便所	Women's Water Closet

本誌に使用されている材料仕様の略号

AEP	アクリルエマルションペイント	Acrylic Emulsion Paint
CB	コンクリートブロック	Concrete Block
CL	クリアラッカー	Clear Lacquer
DL	ダウンライト	Down light
EP	合成樹脂エマルションペイント	Emulsion Paint
FB	フラットバー	Flat Bar
FIX	はめ殺し	Fixed Fitting
FL	蛍光灯	Fluorescent Lamp
FRP	ガラス繊維強化プラスティック	Fiberglass Reinforced Plastic
HQI	高効率ランプ	Hight Quality Intensity Lamp
HL	ヘアライン仕上げ	Hair-line Finish
IL	白熱灯	Incandescent Light(Lamp)
JB	ジェットバーナー仕上げ	Jet Burner Finish
LED	発光ダイオード	Light Emitting Diode
LGS	軽量鉄骨	Light Gauge Steel
MDF	中密度繊維板	Medium Density Fiber Board
OP	オイルペイント	Oil Paint
OS	オイルステイン	Oil Stain
OSB	構造用合板／木片圧縮合板	Oriented Strand Board
PB	石膏ボード	Plaster Board, Gypsum Board
PL	プレート／平板	Plate
RC	鉄筋コンクリート	Reinforced Concrete
SOP	合成樹脂調合ペイント	Synthetic Oil Paint
SRC	鉄骨鉄筋コンクリート	Steel Framed Reinforced Concrete
ST	鉄	Steel
SUS	ステンレス	Stainless Steel
t	厚さ	Thickness
UC	ウレタンクリア仕上げ	Urethane Clear Finish
UCL	ウレタンクリアラッカー	Urethane Clear Lacquer
UL	ウレタンラッカー	Urethane Lacquer
UV	紫外線強化塗装	Ultraviolet Coat
VP	ビニルペイント	Vinyl Paint
W	木造	Wood
@	ピッチ	Pitch
φ	直径	Diameter

商店建築　第64巻12号
2019年12月1日　毎月1回1日発行
編集発行人／村上　桂
発行所／株式会社商店建築社©
本社／東京都新宿区西新宿7-5-3 斉藤ビル4階
〒160-0023
販売部･総務部　☎03(3363)5770㈹
広告部　☎03(3363)5760㈹
愛読者係　☎03(3363)5910㈹
編集部　☎03(3363)5740㈹
支社／大阪府大阪市中央区西心斎橋1-9-28
リーストラクチャー 西心斎橋　〒542-0086
☎06(6251)6523
E-mail　salesdpt@shotenkenchiku.com(販売)
info@shotenkenchiku.com(編集)
URL　http://www.shotenkenchiku.com
定価2,138円　本体1,944円
年間購読料／25,656円(税込み国内のみ)

STAFF
編集長／塩田健一
副編集長／車田　創
編集／玉木裕希　伊藤梨香　柴崎慎大
平田　悠
DTPデザイン／宇澤佑佳(SOY)
広告／三木亨寿　田村裕樹　岡野充宏
小杉匡弘　村上桂英
販売／工藤仁樹　山脇大輔
愛読者係／関根裕子
経理／村上琴里
支社／武村知秋(広告)

アート･ディレクション／ BOOTLEG
レイアウトデザイン／ BOOTLEG + 宇澤佑佳

印刷／図書印刷株式会社

2019.12
Vol.64 No.12

表紙写真／シングルオー ジャパン(P.109)
撮影／森田大貴

1.「Inter Continental Lyon Hotel Dieu」の「スフロの大ドーム」に設けられたバー 2. プレジデントスイートルーム（2点写真提供／Ligne Roset Contract） 3. 各所にある回廊とつながる公共空間の中庭（撮影／浦田 薫）

リヨン市民病院から生まれ変わった五つ星ホテルを併設する複合施設

浦田 薫（デザインジャーナリスト）

複合施設「Grand Hotel Dieu（グラン・オテル・デュー）」が、中世にリヨン市内のローヌ川沿いに建立された市民病院「Hôtel-Dieu de Lyon」跡地に開業した。2007年まで市民病院として機能していた建物で、建築コンペが行われた10年から着工されるまでの間は未使用であったが、11年には国から史跡建造物指定を受けている。着工から4年の歳月を経た19年の春、一部新たに増築され「Grand Hotel Dieu」として生まれ変わった。5万1500㎡の敷地に商業施設（1万7100㎡）、ホテル（1万3500㎡）、オフィス（1万3600㎡）、コンベンションセンター（2900㎡）、住宅（800㎡）、公共空間（8000㎡）などを併設。また、リヨン市内には4000軒以上のビストロやレストランがあり、星付きシェフ20名以上を数える。11年には食部門でユネスコ無形文化遺産に登録されたという背景もあり、10月には食の展示会場やデモンストレーションの場となる国際ガストロノミーセンター「Cité Internationale de la gastronomie de Lyon」も同敷地内に開設された。

このプロジェクトは、フランス国内で民間企業が史跡建造物を改装する工事で今世紀最大規模だと想定され、注目を集めていた。病院から複合施設に用途変更した改修のマスタープランは、史跡建造物に詳しい建築家のDidier Ripellin氏と、設計事務所AIA Life designersに所属するリヨン在住の建築家Albert Constantin氏のチームが手掛けた。

既存建物を生かしながら新しい用途を与えていく

一つの街のような広大な敷地内には、五つ星ホテル「Inter Continental Lyon Hotel Dieu」が計画されている。内装設計は、フランス人インテリアデザイナーのJean-Philippe Nuel氏が担当。ニュエル氏は、1930年代の市営プールを残したままホテルとした「Hotel Molitor Paris」や、閑静な住宅街のオフィスビルを改修した「Hotel Le Cinq Codet」など、用途変更を伴うホテル案件を数多く手掛けている。その手腕は本件でも大いに振るわれた。

建物はローヌ川沿いに面した長さ500mのファサードを持つ。正面玄関を抜けると、宿泊客用のロビーとレストランへの動線が左右に分かれ、宿泊客以外でもレストランやバーにスムーズに行くことができる。そのまま直進すれば、公共空間である回廊と中庭の先に商業施設へとつながる。客室は、ロフト式のスイートルーム30室を含む全144室。室内を飾る家具600点以上が、フランスの家具メーカー、リーン・ロゼとの協働でデザインされた。

医療施設だったため、外部の騒音を遮音する重厚な石壁に囲まれ、回廊は薬草の庭園や祈りの場であるチャペルへと続いていた。今日でも当時の面影を各所に残している。「一言で表現するのであれば、修道院のような高貴さを放つプロジェクト」と、ニュエル氏は詩的に説明する。

ホテル内のレストランには、道路側と中庭側の両側に開口が設けられた。歴史的な名残を保ちつつ、モダンなベンチと大テーブルが配され、照明器具は植物を想起させるデザインだ。上階の建物中央部には「スフロの大ドーム」と呼ばれる最高高さ32mの空間があり、バーが配された。弧を描く長さ6mの長イスは、背面にリヨンを代表するシルクメーカーVerel de Belvalによる生地が使われている。プレジデントスイートルームは、ドームを見下ろせる場所に位置する。客室のデザインは、建築に呼応するようミネラルな石材の色彩を基調としており、Verel de Belvalが制作したオリジナルモチーフのテキスタイルが用いられた。

プロジェクト全体について、「建物が時代を経てからも、普遍的な時間を提供するような場に仕上げられたのは、行政と民間企業の総合的なチームワークの証である」と、参画したメンバーは語った。フランスでは建物改修において、行政が基準を管理しているということもあり、史跡建造物の姿を守る文化や思想が社会に根付いているのだ。

購入方法	ご注文書タイトル GOOD DESIGN HOTEL vol.2	ご注文数　　冊
〈商店建築社WEBサイトからご注文〉 https://www.shotenkenchiku.com 〈FAXによるご注文〉 商店建築社 販売部……………………03-3363-5792 （番号のお掛け間違いにご注意ください） 右の注文欄にご記入のうえ、このページをFAXにて送信して下さい。代金のほかに送料・代引き手数料が掛かります。 〈書店にてご注文〉 右の注文欄にご記入のうえ、お近くの書店にお渡し下さい。	会社名 お名前 ご住所　〒 電話番号	取り扱い書店・番線印

※いずれの場合にも、ご注文のキャンセルや返品はできません。また離島の一部は発送ができませんので予めご了承下さい。　問い合わせ／商店建築社 販売部　TEL 03-3363-5770

1. ジャム創作家の大島康介さん。自宅の工房で、高品質でユニークなジャムをつくっている　2. パイナップルとエストラゴンのジャムや、プラムと赤ワイン、ミントのジャムなど、素材の組み合わせで新しい味わいを生み出している。カシスとオレンジのジャムは、炭酸で割ればワンクラス上のノンアルコールカシスオレンジに様変わりする　3. ラズベリーとライチ、キンモクセイのジャムと、ジンを炭酸で割ったスクオッシュ。フレッシュなオレンジを少し絞ることで優しさを出す。辛口で料理に合い、最後にふわりとキンモクセイが香る

ドリンクメニューに新たに提案したい「Squash（スクオッシュ）」

坂井淳一（酒ごはん研究所）

レストランやバー、特に日本食は和食店から居酒屋まで、「ノンアルコールの選択肢が少ない」という声は実によく聞かれる。烏龍茶や炭酸飲料などの清涼飲料水に加えて、せいぜいオレンジジュースなどがオンメニューされているだけであることがほとんどだ。酒のラインアップが豊富な店でも、アルコールを飲めないゲストに対してかなり冷たい対応をしていないだろうか。利益率の低さもあるだろう。ティーペアリングを始めたものの、手間の多さにやめてしまったレストランもあると聞く。そこで一つ、ノンアコール飲料にも、アルコール飲料にも対応できる「Squash（スクオッシュ）」という飲み方を提案したい。

酒を炭酸で割り、ジャムを加える

今年3月、東京・西荻窪にオープンした「しんこぺ」という居酒屋がある。店の近くに位置するライブハウス「アートリオン」が経営しており、スタッフやアルバイトの大部分が若いミュージシャンというユニークな店だ。オーナーの実家である静岡・下田から柑橘類のニューサマーオレンジが届いたところ、バイトスタッフの女性ミュージシャンがジャムをつくったのだと言う。このジャムにジンを加えて炭酸で割ってもらったところ、甘さが控えめで炭酸の刺激もあり、食事との相性の良さを感じた。ニューサマーオレンジのフレッシュな果実味と皮のほろ苦さが良いアクセントになって、食中酒として成立していたのである。

バーボンなどにフレッシュな果汁と炭酸を加えたカクテルを、「スカッシュ」と呼ぶ。英語では「Squash」と表記し、発音は「スクオッシュ」が一番近い。レモンスカッシュのそれと意味は同じだが、果汁ではなくジャムを加えているという点を明確にするため、「スクオッシュ」と表記したい。

「しんこぺ」のように、フレッシュ感がある自家製ジャムをつくれば、コストも抑えられるだろう。ジンやラム、ウォッカ、黒糖焼酎など、さまざまな酒をベースにすれば、バリエーションを大いに増やすことができる。

ノンアルコールメニューの価格帯を押し上げる

では、「スクオッシュ」にはどのようなジャムがふさわしいのだろうか。また、つくるならば、調理のポイントはどこにあるのだろうか。パティシエであり、料理人であり、ジャムの創作家としてブランド「Alquimia（アルキミア）」も立ち上げ、さまざまなチャンネルで販売を手掛ける大島康介さんに話を聞いた。

「私もよくジャムに焼酎を入れ、炭酸で割って飲んでいます。ジャムサワーですね。ジャムに合わせて酒を変えるのであれば、トロピカルフルーツならラムを、柑橘系ならジンといった具合に考えると面白いでしょう」

通常、ジャムはbrix（糖度）65くらいでつくられる。未開封の瓶詰め製品ならば、室温で数年間保管しても傷まない糖度だ。

「飲料として割るならば、もっと低く、brix 50くらいでも良いかもしれませんね。一番肝心なのは、加熱の時間です。果物は火を入れれば入れる程、果実味も香りも落ちていきますから」

砂糖を水に溶かした後、果物を加え、強めの火で一気に加熱する。砂糖は色を出すためにグラニュー糖や黒糖、三温糖など、個性のあるものもお勧めだと言う。

「長時間弱火で加熱すると、水分が飛び、糖分が焦げてオフフレーバー（品質の劣化に伴う異臭）が出ます。常温である程度冷ましたら、冷蔵庫で保存。長期なら冷凍も良いでしょう」

アルコールを加えずに炭酸で割れば、そのままノンアルコールドリンクとして提供できるだろう。そして、どうしても価格帯が低くなってしまうノンアルコールのメニューにおいて、スクオッシュは魅力的なドリンクになる。落ち着いた雰囲気を求めて感度の高い客が集まる店ならば、積極的に売上増加につなげる戦略に出られるだろうとも感じた。烏龍茶を500円で提供する店ならば、ノンアルコールのスクオッシュは800円でも良いだろう。アルコールを入れれば、その分を更にプラスできる。スタイリッシュな店にサワーは似合わないし、酒を飲まないことに引け目を感じることもない。季節のフルーツでつくった自家製ジャムのスクオッシュ、いかがだろうか。

1. 鬼木デザインスタジオによる初の個展「CORD/CODE」。会場に展示されたチェア「CORD/CODE チェア」はワイヤーを張ったインスタレーション作品「CORD/CODE」（右頁）から「あれに乗ったら楽しそう」という鬼木氏の発想で生まれた。
2.「CORD/CODE チェア」ディテール。142本のワイヤーで6面の曲面を構成し、それらが重なり合うことで人が座れる面を生み出している
3.「THE GINZA」オープン時のウィンドウディスプレイ。アクリルに鏡面のステンレスを貼り、水のうねりや山並みを表現。シンプルな構成のパッケージと、人に優しく、しなやかなイメージの商品を表している
4.「CORD/CODE」模型写真。「位置がずれると綺麗な曲線にはならないため、施工の難易度が高かった」（鬼木氏）。また、ワイヤーがたわんでも美しさは出ないため、テンションが維持されるよう素材のスタディーを重ねた

ブランドの世界観を線と規則で表現する自然発生的インスタレーション

CORD/CODE

作品・会場構成／ODS / 鬼木デザインスタジオ
会場／ザ・ギンザ スペース（東京・銀座）
会期／2019年9月14日～10月27日
撮影／太田拓実

鬼木孝一郎氏が主宰する鬼木デザインスタジオによる初の個展「CORD/CODE」が東京・銀座の「THE GINZA COSMETICS GINZA」の地下ギャラリーにて開催された。同店舗は資生堂の子会社であるスキンケアブランド「THE GINZA（ザ・ギンザ）」の旗艦店。会場には、新作のインスタレーションとチェアの展示、「THE GINZA COSMETICS GINZA」オープン時のウィンドウディスプレイ及び建物の模型が展示された。

同店舗は、2018年11月にオープン。鬼木氏がファサードとインテリアデザイン手掛けた。鬼木氏は、「ここでやるからには、ザ・ギンザらしさを私達が再解釈する必要がある」と考えた。

「店舗をデザインした時に目指したのは、主要な商品である基礎化粧品のように、自分の本来の美しさを再発見できる場所となること。今回の作品は、ブランドや商品に抱いた、『透明感』『素材の持つ美しさを生かす』『シンプル』といった印象を、更に洗練させて制作した」（鬼木氏）

新作インスタレーションの「CORD/CODE」は、空中に張られた複数のひもが重なり合い、空間に柔らかな造形を生み出す作品だ。

「CORD（ひも）に対してCODE（規則）を与えることで何か空間をつくれないかと考えた。考案した規則は非常にシンプルで、ひもでつくられたレイヤーが垂直方向に複層しているだけ。一つのレイヤーは、4本のひもを床と平行に張り、そこに正方形のグリットをつくるように4本の線が直交する。そのレイヤーを部屋の真ん中を中心に、時計回りに2°ずつ回転させながら張っていき、45㎜間隔で46層を積み重ねた」

こういったシンプルなルールで生み出された複数の曲面に、ザ・ギンザらしい美しさを込めた。その説明として「フィボナッチ数列」を例に挙げる。

「この数列は、植物や貝殻など自然界にあるものに潜む法則。我々が美しいと思うものには、何らかの規則性がある。このインスタレーションには、さまざまな曲線が現れるが、私は一切スケッチを描いていない。恣意的なものではなく、自然発生的に現れた柔らかさがザ・ギンザらしいと考えた」

店舗設計時と今回とで、ザ・ギンザの世界観を二度に渡り再解釈した鬼木氏。デザインではなく、インスタレーションという手法だからこそ、機能性を省いた、よりピュアな「柔らかさ」「力強さ」「シンプルさ」という概念を空間造形に導き出していた。〈編集部〉

インスタレーション「CORD/CODE」。
最下部に８本のワイヤーをグリッド状
に組み 2°ずつ時計回りに回転させな
がら、46 層重ねるシンプルな構成。
空間には多様な曲線が生み出される。
ワイヤーは壁面にビスで留めた

レストランにおける トイレ空間の在り方

土地の魅力を引き出し、観光拠点の多様なユーザーを受け入れる空間づくり

ミクニ伊豆高原

飲食店のなかでも観光地にある店舗は、不特定多数の人が利用する可能性が特に高くなる。それと同時に、店舗のインテリアデザインは、意匠性だけでなく設備の機能性や耐久性が問われ、バリアフリーを始めとするユーザビリティー、更に観光地のブランドを保つための全体的なクオリティーが求められる。2019年10月にオープンした「ミクニ伊豆高原」は、絶好のロケーションと最高の料理、そして建築としての高度な技術と空間デザインによって、通常の飲食店の枠組みを越えた地域観光のゲートウェイとなるべく誕生した。その施設づくりのプロセスと設計や設備へのこだわりをプロジェクトメンバーに聞く。

店内客席からテラスとオープンキッチン方向を見る。壁面のほとんどがガラス張りになっており、海や緑に囲まれた空間で食事できる

隈 研吾

1954年生まれ。東京大学建築学科大学院修了。コロンビア大学客員研究員を経て、隈研吾建築都市設計事務所を主宰。現在、東京大学大学院教授（建築）。多様な素材を巧みに取り入れた建築、自然や土地の文化を汲み取った空間づくりが世界中で高い評価を受ける

三國清三

札幌グランドホテルや帝国ホテルで修業後、1974年に駐スイス日本大使館料理長就任。名だたる三ツ星レストランで修業を重ね、1982年帰国。1985年東京・四ツ谷にオテル・ドゥ・ミクニ開店。2007年「現代の名工」として表彰。2010年フランス共和国農事功労章オフィシエを受勲

伊豆の魅力を発信する場所

2019年10月5日、静岡県伊東市にある伊豆急行線伊豆高原駅前にレストラン「ミクニ伊豆高原」がオープンした。同レストランは、交通事業関連や不動産、ホテル・リゾート、サービス事業など多岐にわたる事業を展開する東急グループが開発を手掛け、東急株式会社が施設を所有、株式会社東急ホテルズが運営を行う。東急グループの各社では、これまで伊豆エリアでさまざまな事業を展開しており、同レストランを通じて、地域やグループ各社とのシナジー効果を発揮し、新たな賑わいを生み出すことや、地域観光の回遊性の向上、地域活性化が目指されている。

同レストランの設計を手掛けたのは、建築家の隈研吾氏（隈研吾建築都市設計事務所）。また、レストランの料理は「オテル・ドゥ・ミクニ」オーナーシェフである三國清三氏がプロデュースし、ミクニでシェフを務めた佐々木章太氏が料理長を務める。建築と料理界の日本を代表する巨匠が携わり、この場所でしか体験できないレストラン空間が立ち上がった。

レストランが建つのは、伊豆高原駅を出るとすぐに目に飛び込んでくる崖地の頂。ガラスのボックスの上に存在感のある木組みの構造体が載ったような、浮遊感のある外観が印象的だ。レストランのある丘のような敷地は、元々、東急グループの持つ敷地であったが、樹木が生い茂る林のようになっていた場所だった。伊豆エリアの活性化に取り組む東急グループが、伊豆高原駅を同エリアのゲートウェイとして開発するにあたり、プロジェクトを推進する東急グループ代表の野本弘文氏が同地を訪れ、相模湾を望む絶好のロケーションを体感して、レストラン開発がスタートしたという。

「設計のポイントは大きく二つ。一つは、海が見えるだけでなく、その先に見える伊豆大島を正面に捉えるような、内側からの眺望を生かした建築の配置。もう一つは、伊豆半島全体の観光の起点となるための、発信力を感じさせる外観でした」と隈研吾建築都市設計事務所は話す。建築内は、木組みの構造体が覆う力強い印象の空間でありながら、建物外周は3面がガラス張りになっており、海や施設周辺の緑を存分に感じることができる。高さ7ｍ程の崖地からせり出すように建つ外観は、日本の伝統的な建築工法である懸造（かけづくり）から着想を得て、スリムな鉄骨柱と、それに支えられるように広がるボリュームのある木の構造体によって存在感が強調されている。伊豆高原駅から歩いてくる時に見上げる位置に、天井面の個性的な木組みの構造体を設けることで、施設のアイキャッチとなることを企図しているという。また、この木組みは、意匠としてだけでなく屋根全体の構造として機能する。最大で7.6ｍのスパンを木材だけで渡すため、素材には耐久性があり長いサイズで取ることができるアラスカヒノキの無垢材が用いられた。隈研吾氏は、「集成材でもつくることは可能だったが、テラスを始めとする屋外でも耐える耐久性、そしてミクニの素材を生かした料理に呼応する建材としてアラスカヒノキの無垢材を採用した」と話す。その言葉通り、客席では木目を感じられるようにあえてテーブルクロスを用いない点や、屋外テラスの中心を突き抜けるように伸びる1本の松の木、和紙で囲まれた個室など、自然や素材と調和するような空間づくりがなされている。

テラス越しに相模湾を望む。テラスの中央には松が床を突き抜けるように伸び、格子状の構造体からは木漏れ日のような光が落ちる、自然を感じる開放的な場が広がる

心地良い空間体験を実現するトイレ空間

レストラン内では、客席に隣接するようにオープンキッチンが広がる。天井や床の木の素材感や、窓の外の景色を際立たせるように、落ち着いたトーンでカラーリングされたこのキッチンは、オリジナルで制作されたものだ。また、レストラン内の開放的な雰囲気に合わせるようにオープンキッチン部分が広くつくられているため、空調と除菌システムについては、三國氏のこだわりのシステムが導入されている。

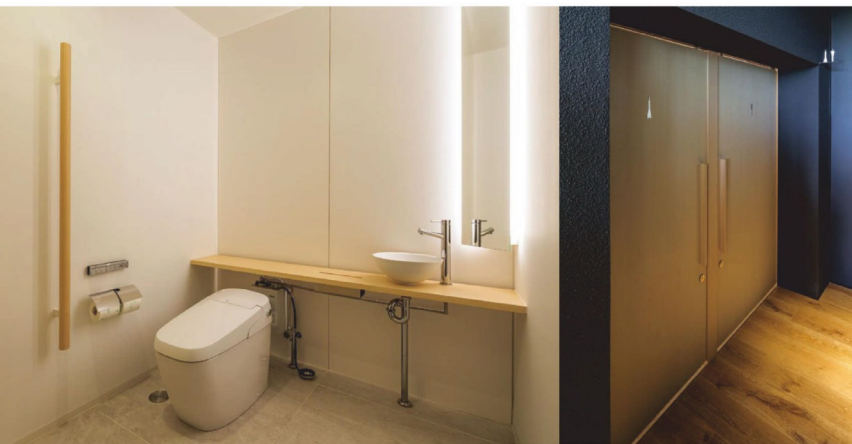
一方、トイレまわりでも、デザイン性と機能を考慮した計画がなされている。トイレは、客席約50席に対して、男女それぞれ1室ずつが設けられた。法的に多目的トイレの設置義務はなかったが、多様な人を受け入れる観光拠点として、いずれのトイレも車イスでの利用が可能な広さを確保している。トイレ内は、白を貴重としたなかに、アラスカヒノキのカウンターと、長くスマートな手すりが優しい空間をつくっている。そして、手洗い越しのミラーに仕込んだ間接光が浮かび上がり空間のアクセントになっている。便器は、ゆったりとしたフォルムに最新の機能がつめ込まれたINAXのタンクレストイレ「サティス Gタイプ」を採用。「トイレ内も客席と同じく、必要な機能と条件を満たしながら空間づくりに妥協しないオリジナルのデザインで仕上げたかった。ミラーやカウンターは必要最低限の大きさにしつつ、車イスの方も健常者の方も利用しやすい幅や高さを設定しました」と隈事務所は話す。ゆとりのある空間ながら、シャープな印象のミラーと、無垢材のカウンターの存在感がやさしくアクセントとなっている。機能的でありながら、丸みをおびた陶器があたたかな「サティス Gタイプ」。そして「ミクニ伊豆高原」の素材を生かした料理に呼応する建材やディテールへのこだわりは、建築の構造を始め施設全体で感じられるものだ。

外観を見上げる。伊豆高原駅からすぐの場所にある小さな崖のような立地に、せり出すような建築が建てられた

伊豆の海と自然に囲まれたロケーションを生かすことをメインテーマとして計画された建築や設備が、ここだけでしか味わえない時間を支えつつ、付加価値のある空間体験を実現している好例と言えるだろう。

東急グループの伊豆エリアでの取り組み

写真左から東急の市川岳志さん、中曽根翼さん、杉浦竜太さん

静岡・伊豆エリアには伊豆急行や東急グループで運営するホテルなどがあり、東急グループとして以前からこのエリアを活性化していく取り組みを続けてきました。その軸となるプロジェクトとして、2017年に運行し始めた伊豆観光列車「THE ROYAL EXPRESS」や、今年の寝姿山・下田ロープウェイのリニューアル、寝姿山の山頂にオープンした観光交流施設「THE ROYAL HOUSE」などがあり、そのなかでも「ミクニ伊豆高原」は目玉の一つとなる存在です。この施設自体が人々を惹きつける場所となるだけでなく、伊豆エリアのゲートウェイとして、ここを起点に多くの観光客が伊豆の魅力を感じるきっかけになってほしいという東急グループの思いがあります。「ミクニ伊豆高原」の周辺にオリーブを植樹するプロジェクトもその一環です。オリーブが増えていくことで、地場の産業の一つになり、美しい海を始めとする自然を生かしながら、地中海の沿岸のような観光地としての魅力を高めていくことにつながると考えています。2019年12月には東急が、JR東日本やジェイアール東日本企画と共に、伊豆エリアの観光拠点間のシームレスな移動を実現する二次交通統合型サービス「観光型Maas」の実証実験のフェーズ2も予定されていて、今後も伊豆エリアの活性化に積極的に取り組んでいくところです。

左／トイレはゆとりのあるスペースを確保し、カウンターや手すりにも腐食に強いアラスカヒノキが使われている　右／男女1室ずつ（左：女性用、右：男性用）で、それぞれ車イスでの利用が可能な設計になっている

BACK NUMBER

商店建築　バックナンバーのご案内

Nov.　2019 11月号 2,138円(税込)

大特集

個性を打ち出すホテル＆ホステル

・テーマで訴求する
　コンセプチュアルホテル
・充実した共用部で
　体験価値を上げるホステル
・"日本"を感じさせるホテル
・そこにあるものを生かして泊まる
・中東・アジアの
　都市型＆リゾートホテル

別冊付録

京都インテリアマップ

ザ ロイヤルパーク キャンバス 銀座8
設計／清水建設＋ギャルド＋フィールドフォー・デザインオフィス
撮影／高木康広

個性をいかに打ち出すか。そこに照準したホテル特集です。ホテルの新築＆改装ラッシュは続きますが、都市によっては客室数が飽和しつつあり、今後いっそう個性が求められます。〈テーマで訴求するコンセプチュアルホテル〉〈"日本"を感じさせるホテル〉など、テーマごとにホテルを取材しました。別冊付録「京都インテリアマップ」も必携です！

Oct.　2019 10月号 2,138円(税込)

大特集

オフィス＆働き方

・Chapter.1
アイデアを生み、
イノベーションを起こすラボ型オフィス
・Chapter.2
柔軟な働き方に対応する
コワーキング＆シェアオフィス
・Chapter.3
物流倉庫のリフレッシュスペース

業種特集

クラブ＆ラウンジ

GAテクノロジーズ
設計／ドラフト
撮影／ナカサ＆パートナーズ

人気のオフィス特集号です。日本の大企業が力を入れて開設し始めた「アイデアが生まれるラボ型オフィス」、柔軟な働き方に対応する「コワーキング＆シェアオフィス」、これから重要度を増す「物流倉庫のリフレッシュスペース」まで細かくテーマを設定し、オフィスづくりのトレンドを見せます。クラブ＆ラウンジ特集もお見逃しなく。

Sep.　2019 9月号 2,138円(税込)

通巻800号 特別企画 vol.2

タイムレスな店舗デザインを求めて

大特集

マテリアルが料理を引き立て
プランニングがにぎわいを生む
レストラン＆ダイニング

・Part.1 各国料理ダイニング＆ビストロノミー
・Part.2 焼き肉店
・Part.3 和食店

INUA
設計／OEO Studio ＋ イリア
撮影／ナカサ＆パートナーズ

通巻800号の記念特集を、読者の皆様へ日頃の感謝を込めて2号に渡ってお送りします。第二弾のテーマは「タイムレスな店舗デザイン」。何十年も愛されるアノ店の訪問レポートや、インタビューやアンケートで、普遍的な店舗デザインの在り方を探ります。マテリアルとプランニングに注目したレストラン特集からも、今の潮流を掴んでください。

定期購読のご案内

送料無料でお届けいたします。弊社ウェブサイトからお申し込みいただいた方には、デジタル版を無料※で12冊プレゼント！！
定期購読料：25,656円（12冊・税込）

※定期購読を新規・継続でお申込みいただいた方（メールアドレスの登録が必要です）は、Zinio（ジニオ）社提供のデジタル版が無料で閲覧できます。
詳細は弊社ウェブサイトをご覧ください。www.shotenkenchiku.com

Aug. 2019 8月号 2,138円（税込）

通巻800号 特別企画

ホテルで振り返る、インテリアデザイン史

大特集

ファッションストア
～柔らかい色彩と光とマテリアルで魅せる、ブティックの空間デザイン～

・Part1 ブティック
・Part2 レザー＆ジュエリーショップ

ARMANI/銀座タワー
設計／Giorgio Armani
撮影／佐藤振一

1956年の創刊から800号を数える今回は、特別企画です。エポックメイキングだったホテルを通して、インテリアデザインの半世紀を概観します。ホテルジャーナリストや多数のホテルを設計してきたデザイナーが、魅力的なホテルを生み出すヒントを提示します。マテリアルに注目したファッション系ストアの特集もお見逃しなく。

Jul. 2019 7月号 2,138円（税込）

新作

無印良品 銀座/MUJI HOTEL GINZA

特別企画

場所と対話し、地域に根差すスモールホテル

特集

人生の節目で、日常の中で、人が集いたくなる「現代のサロン空間」

業種特集

ヘアサロン＆ビューティーサロン

レポート

ミラノ・デザイン・ウィーク2019

ちゃぶだい
設計／coto 田中明裕
撮影／影山優樹

ショップとホテルが融合した大型旗艦店「無印良品 銀座＋MUJI HOTEL GINZA」を大きく掲載しました。近年、日本全国の観光地を中心に目覚ましい進化を遂げている業態が「スモールホテル」。カプセルホテルやドミトリーといった形式ながら、地域に根差したデザインと、宿泊者同士の交流を生む豊かな空間づくりに注目です。

Jun. 2019 6月号 2,138円（税込）

新作

スターバックス リザーブ ロースタリー 東京
カシヤマ ダイカンヤマ

大特集

気軽に立ち寄れる飲食空間

・Part1 カフェ
・Part2 バー
・Part2 角打ちショップ研究

三富センター
設計／森井良幸＋カフェ
撮影／下村康典

世界で5店舗目となる「スターバックス リザーブ ロースタリー」をはじめ、街の雰囲気を変えるような多数のカフェ、コーヒースタンド、緑茶カフェを掲載。更に、ワインバー、ビアバー、「角打ち」など、カジュアルな飲食店を徹底的に取材しました。今のトレンドが満載です。

SPECIAL ARTICLE

IDEAL HOME LIGHTING

光の質にこだわり明かりを楽しむ

01　Penthouse Y & A／Architectus＋Wilson Associates＋WORKTECHT
02　Yano Residence／天然社＋ICE都市環境照明研究所
03　Inoue Residence／GEN INOUE＋Mantle
04　S Residence／MDS一級建築士事務所＋シリウスライティングオフィス

LIGHTING TALK

照明デザイナーが選ぶ光 ―対談 武石正宣×早川亜紀―

PRODUCTS

PENDANT & CEILING LIGHTS / FLOOR LAMPS / TABLE LAMPS / BRACKET LIGHTS / DOWN, SPOT & FOOT LIGHTS / LINE & SPECIAL LIGHTS / RECHARGEABLE LIGHTS / DIMMER CONTROL & SWITCH PLATE / OUTDOOR LIGHTS

CLOSE-UP FLOS

MARKERS

LIGHTING TREND

SCENES WITH COURTYARDS

中庭のある住まいに暮らす

01　M Residence／手嶋保建築事務所
02　K Residence／永松淳建築設計事務所

OWN THE COMPLEX

賃貸併用住宅を建築家と建てる

CASE STUDY

01　A & K Residence／桑原聡建築研究所
02　H Residence／中尾英己建築設計事務所

SENSE OF WALL

CLOSE-UP DESIGNER **MONICA ARMANI**

CLOSE-UP **CECCOTTI COLLEZIONI**

FOCUS ON **è interiors | BoffiDePadova**

連載 **FOCUS MATERIAL** -GLASS-
連載 **MAKING OF HOME**
連載 **VIEWS OF THE WORLD**
連載 **ARCHITECT FILE** 彦根 明／彦根建築設計事務所
エッセイ **ふしん道楽** 安野モヨコ

購入方法	ご注文書タイトル good design cafe vol.3	ご注文数 冊
〈商店建築社WEBサイトからご注文〉 https://www.shotenkenchiku.com 〈FAXによるご注文〉 商店建築社 販売部…………………………03-3363-5792 （番号のお掛け間違いにご注意ください） 右の注文欄にご記入のうえ、このページをFAXにて送信して下さい。代金のほかに送料・代引き手数料が掛かります。 〈書店にてご注文〉 右の注文欄にご記入のうえ、お近くの書店にお渡し下さい。	会社名 お名前 ご住所 〒 電話番号	取り扱い書店・番線印

※いずれの場合にも、ご注文のキャンセルや返品はできません。また離島の一部は発送ができませんので予めご了承下さい。 問い合わせ／商店建築社 販売部 TEL 03-3363-5770

購入方法	ご注文書タイトル　Commercial Space Lighting vol.4	ご注文数　　冊
〈商店建築社WEBサイトからご注文〉 https://www.shotenkenchiku.com 〈FAXによるご注文〉 商店建築社 販売部……………………03-3363-5792 （番号のお掛け間違いにご注意ください） 右の注文欄にご記入のうえ、このページをFAXにて送信して下さい。代金のほかに送料・代引き手数料が掛かります。 〈書店にてご注文〉 右の注文欄にご記入のうえ、お近くの書店にお渡し下さい。	会社名 お名前 ご住所　〒 電話番号	取り扱い書店・番線印

※いずれの場合にも、ご注文のキャンセルや返品はできません。また離島の一部は発送ができませんので予めご了承下さい。　問い合わせ／商店建築社 販売部　TEL 03-3363-5770

商店建築12月号増刊
クリエイティブオフィスデザイン
Creative
Office
Design
多様なワークスタイルを
支える空間デザイン
好評発売中!
定価:3,300円(本体3,000円) A4正寸 オールカラー 128頁

Feature Article

Cafe & Coffee Stand

特集 ［ カフェ＆コーヒースタンド ］

ONIBUS COFFEE Yakumo / Kazufumi Suzuki
IRUMANDO / Senbunnoichi
FIKAFABRIKEN / small scale projects
COFFEE COUNTY Kurume / Masahiro Hoshida Artisanal Architecture
MERCI MONCHER / naoya matsumoto design
WHITE GLASS COFFEE / LINE-INC.
KITASANDO COFFEE / TETSUOYAMAJI ARCHITECTS
HIGUMA DOUGHNUTS COFFEE WRIGHTS Omotesando / CHAB DESIGN
COMMA TEA Aoyama Omotesando / Kubota Architects & Associates
LUCENT COFFEE / Hirofumi Watanabe
PÂTISSERIE ASAKO IWAYANAGI / ASAKO IWAYANAGI PLUS / creA
BOOK & CAFE STAND SHINJO GEKIJO / cobalt design
COFFEE STAND TENGACHA / supermaniac
HORIGUCHI COFFEE YOKOHAMA ROASTERY / architecture atelier akio takatsuka
SINGLE O JAPAN / STUDIO DOUGHNUTS
KOE DONUTS KYOTO / KENGO KUMA AND ASSOCIATES
STARBUCKS COFFEE KYOTO BAL / SANDWICH + STARBUCKS COFFEE JAPAN
GACHA GACHA COFFEE / nendo

撮影／漆戸美保

焙煎所とカフェにコントラストを付ける

ONIBUS COFFEE
Yakumo

Cafe ONIBUS COFFEE Yakumo, Tokyo
Designer Kazufumi Suzuki

東京都目黒区八雲4丁目10-20

設計／鈴木一史
施工／埴生の宿

撮影／青木勝洋

カフェのエントランス。サッシは、左奥の焙煎所エリアを機能的なスチールとしているのに対して、表情豊かな無垢のオーク材を採用。ドアには、ヨーロッパの古い研究所で使われていたアンティークを使用した

古材の「記憶」を引き継ぐ

東京・八雲の駒沢通り沿いにある元自動車屋が対象物件であり、カフェ機能を含んだロースタリーをつくりたいという依頼を受けた。デザインの大きな点として、焙煎所とカフェに求められる空間の性質の違いに着目。それぞれのデザインをまったく異なるものとし、あえてコントラストを付けている。

焙煎所は、天井をスケルトンにすることで高さを確保。床は荷重に耐えられるようにモルタルで仕上げ、ファサードはスチールサッシとしている。焙煎をする行為や、世界中の産地より輸入されるコーヒーの生豆を保管する行為をストレスなく実現できるよう、倉庫のレイアウトなど機能面からデザインすることとした。

それに対してカフェは、「ONIBUS COFFEE（オニバスコーヒー）らしさとは何か」を考え、「コーヒーで人と人とをつなぐ」というコンセプトを体現できる場所を目指した。ファサードやカウンター、家具には、できる限り無垢材を使用。中でも、節や虫食いなどが多く存在するものを採用している。建材としては扱いづらくクレームにもなりやすいという理由で敬遠されてしまうような材料だが、考え方を変えれば「個性」として捉えることができ、「ONIBUS COFFEEらしさ」にもなり得ると考えた。

カフェの床には、千葉県で340年以上も酒造を営む「寺田本家」にあった、築100年程の蔵に使われていた古材を使用している。解体時に再利用不可能と判断され、廃棄されるはずだった「梁」や「柱」を、オニバスコーヒーのメンバーとデザイナーの僕で引き取り、みんなで製材・加工し、床材として引き継がせてもらった。

古材の使用は、ただ廃棄される材料をリサイクルしたり、コストを下げるためではない。「寺

左／カフェカウンターから、ガラス張りの開口部越しに焙煎所方向を見通す。エントランス側のベンチ席には、座面と天板の高さを揃えたローテーブルを配している　右上／カフェカウンターの腰などにも使用された無垢のオーク材は、あえて節や虫食いを見せ、「個性」として表現している　右下／テーブル席を見返す。床には、創業340年以上の歴史を持つ酒蔵から引き受けた古材をパターン貼りしている

田本家」では、自然酒をつくるための原料は全て無農薬米で、添加物は一切使わず、微生物も蔵付きの菌で発酵させ、機械を使わずに手づくりしている。そのような蔵で使われていた「梁」や「柱」を引き継がせてもらい、店舗の一部として存在させていく。この人と人とのつながりで生まれたデザインが「ONIBUS COFFEE Yakumo」の空間として、これから紡いでいく時間の中で「ONIBUS COFFEEらしさ」を表現し、「コーヒーで人と人とをつなぐ」役割を果たしてくれるはずである。　〈鈴木一史〉

「オニバスコーヒー 八雲」data

工事種別：内装のみ　全面改装
床面積：200㎡／1階105㎡　2階95㎡
工期：2018年12月15日～2019年5月15日
総工費：2600万円／解体撤去費、外構工事費、厨房設備費、照明器具各100万円　ファサード450万円　サイン、音響設備費各50万円　内装造作費800万円　空調設備費、電気設備費各300万円　給排水衛生設備費250万円
施工協力：空調設備／トップエアー工業　電気設備／藤電社　給排水衛生設備／ライノス　音響設備／ソニハウス（スピーカー）　家具・什器／トアルハント　デン・プラスエッグ（アンティーク）　金物／宏能　ガラス／平賢ガラス工業　古材／寺田本家

営業内容

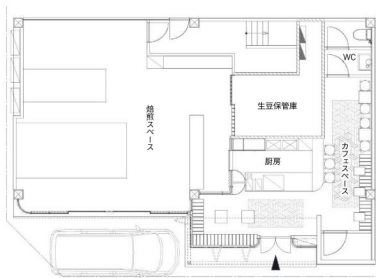
開店：2019年5月29日
営業時間：午前9時～午後10時
定休日：不定休
電話：(03) 5701-9349
経営者：㈱ONIBUS　坂尾篤史
従業員：6人（うちパート・アルバイト2人）
客席数：12席　客単価：1000円　客回転数：8回
主なメニューと単価：ドリップコーヒー510　エスプレッソ410　カフェラテ490

主な仕上げ材料

屋根：既存
外壁：既存タイル下地モルタル仕上げ　オーク無垢材オイルフィニッシュ仕上げ
床：モルタル仕上げ　一部古材パターン貼り
幅木：オーク材オイルフィニッシュ仕上げ
壁：LGS組みPB下地AEP
天井：カフェ／AEP　ロースター／スケルトン
家具・什器：オーク無垢材オイルフィニッシュ仕上げ

上／機能面を重視した焙煎所は、天井の高さを確保するためにスケルトンとし、床をモルタルで仕上げている　下左／2階トレーニング施設。ミーティングルームや、卸売りなどの遠方客用の宿泊スペースも備えている　下右／ファサード。自動車屋をリノベーションしてつくられた

1F PLAN 1：150

東京・小伝馬町の珈琲専門店「イルマン堂」。前面道路に面して設けた写真左手のピンホール状の小窓から、上下反転した外の景色が差し込み、窓に正対する壁面へと投影される。建物が元々カメラ屋だった歴史を引き継いでいる

空間の物語を紡ぐ、
カメラ屋から珈琲専門店へのコンバージョン

イルマン堂

Cafe IRUMANDO, Tokyo
Designer Shinichi Mamiya + Ryoken Kamiya / Senbunnoichi

東京都中央区日本橋小伝馬町11-9
設計／1／千（センブンノイチ） 間宮晨一千 神谷亮賢
施工／Balboa Studio by サイトウホーム
撮影／漆戸美保

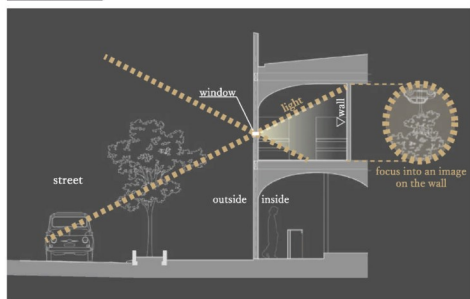
風景を抽象化する カメラ・オブスキュラ

東京都中央区小伝馬町で半世紀に渡って愛された「イルマン堂」というカメラ屋が存在した。このプロジェクトではいかにその歴史性と名称を継承しながら珈琲専門店としてコンバージョンできるかが問われた。我々はまずカメラ屋である文脈をアイデアの発端として、時のうつろいに思いを馳せるシーンを浮かべながら空間構成の検討を進めることにした。

イルマン堂は1フロア10坪未満という小さな床面積である。その狭さを逆手に取り、アーチ天井にすることで室の輪郭をあいまいにし、照明を抑えて暗くすることで小宇宙のような無限さを感じられる空間をつくり出している。包まれるような落ち着きと、精神的な広がりが共存する空間は、茶の湯の空間にも通じるところがある。またアーチ天井と絞った照明、そして小さな空間は、各席に設けた小さな丸窓によってカメラ・オブスキュラの原理（外の世界を逆さに写し込む）が反映できないかを検証した。カメラ・オブスキュラとはカメラの起源である光の現象を空間に取り入れたもので、「ピンホールカメラ」とも呼ばれる、古代のギリシャや中国などで用いられた現象である。外部の光がピンホール状の小さな窓を抜け、上下反転した像が店内の壁へ投影される。これにより外の世界が抽象化され、うつろいゆく像に思惟を馳せる空間が実現している。

東京は新たな開発により都市の建築的な記憶が失われやすい場所である。この時代だからこそ、イルマン堂がかつてカメラ屋であったことの歴史を過ぎゆく時と共に記憶する装置となり、都市の物語性を丁寧に紡いでいければと思うのである。〈間宮晨一千／1／千（センブンノイチ）〉

断面イメージ

window
light
▽wall
focus into an image
on the wall
street
outside
inside

開口部を小さくすることで、
前面道路の喧騒を遮断し
つつ、景色を取り込む

「イルマン堂」data

工事種別：内外装　全面改装
床面積：49.43㎡（うち厨房8.7㎡）／1、2階各24.7㎡
工期：2018年12月8日〜2019年4月1日

営業内容

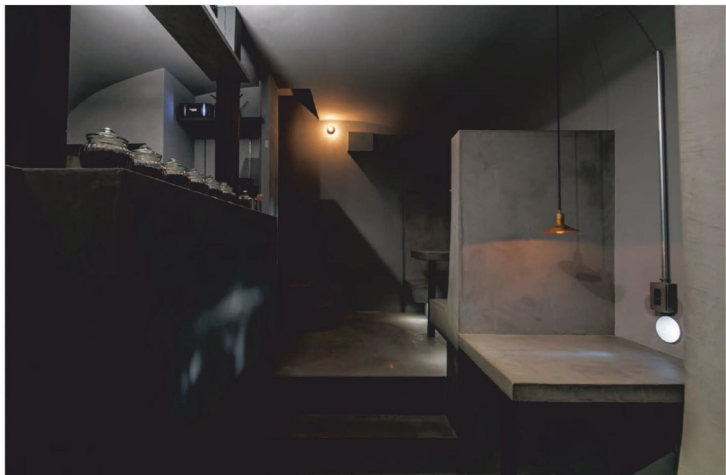
開店：2019年4月20日
営業時間：午前11時〜午後7時
定休日：月・木・金曜日
経営者：中村芳樹
従業員数：2、3人
客席数：11席
主なメニューと単価：ブレンドコーヒー700　アイスカフェオレ800　小倉トースト600　プリン600　スコーン600　日本茶600

主な仕上げ材料

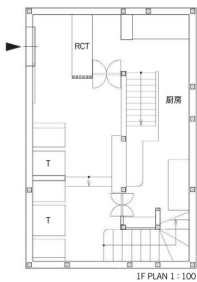
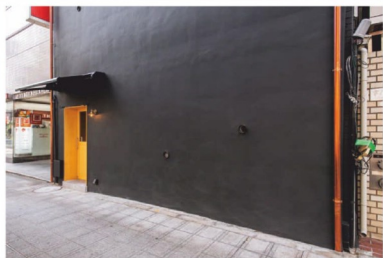
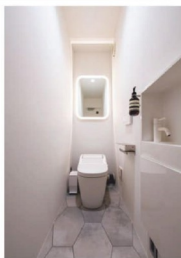
屋根：野地板下地ガルバリウム鋼板
外装：モルタル下地シリコン塗料塗装黒
床：OSB下地左官材仕上げ（モールテックス／ビール・インターナショナル）
壁：PB下地カチオン系塗り壁材仕上げ（パーフェクトウォール／アトピッコハウス）
天井：曲げ合板、PB下地パーフェクトウォール仕上げ
家具：合板組みモールテックス仕上げ

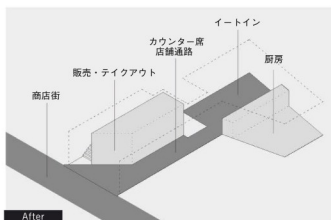
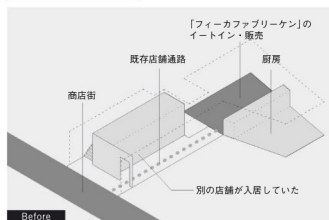
左／2階客席。床や壁、天井とつくり付けの客席は同系色で仕上げている。店全体で、2人用の席が5席と1人用が1席というコンパクトな構成　右上／2階を階段方向に見る。既存空間の狭さを生かすように、アーチ状の天井が空間を包み込む。各席にはペンダントライトの調光スイッチが取り付けられており、客が自ら明るさを調整できる　右下／壁面に投影された外の景色

1階を入り口方向に見返す。既存建物は木造で、カウンターの柱など、所々躯体が現しとなっている。2階と同様アーチ天井とした、掘り込まれた洞窟や茶室のような空間

キッチンカウンターに映された外の風景

上／1階。右手前は1人掛けのテーブル席。奥には2階へ続く階段が見える　下左／光を絞った店内と対比するように、明るく仕上げたトイレ　下右／外観。壁面の小さな窓から、ピンホールカメラ状のレンズを通して外の景色を店内に映す

1F PLAN 1：100

2F PLAN

カメラ屋だった時の外観。売りに出されていた建物を現在のオーナーが買い取り、珈琲専門店として改装した。店名は地元で親しまれてきた屋号を踏襲している（画像提供／イルマン堂）

平面構成ダイアグラム

細長いテナントビルの奥側のみが店舗だったところ、前面道路側の別店舗だった区画と店舗通路をまとめて一体の店舗とした

45°のファサードが
余白の情景をつくる

Fikafabriken

Cafe & Confectionery FIKAFABRIKEN, Tokyo
Designer Koichiro Nakajima +
Masayuki Ueki / small scale projects

東京都世田谷区豪徳寺1丁目22-3 シンワビル1階
設計／small scale projects 中島康一朗 植木優行
撮影／河田弘樹

街を引き込む45°のファサード

「Fikafabriken（フィーカファブリーケン）」は、世田谷区豪徳寺で育った店主が、留学先で出合ったスウェーデンの文化「Fika」に引かれてオープンした小さなコンフェクショナリーである。人通りも多く活発な駅前の商店街沿いであるにもかかわらず、既存店舗は通りから奥まった場所にあり、周囲から認識されにくい立地であった。今回の計画では、既存店舗の構成や内装を変更することなく、新規増床部分の販売カウンターとアプローチを設計し、商店街からのアクセス及び店舗と街との関係性を再構成した。

既存店舗の主な設備は、製造キッチンと売り場、そして最大8席のイートインスペースであった。増床された新規店舗には、テイクアウトしやすいよう商店街に面した販売カウンターを設け、その延長上にバーカウンター席を配置した。これにより、通り沿いからの直接的な動線を確保しつつ、既存店舗と新規店舗の機能に重複がないよう配慮した。通りに面した販売カウンターと店舗入り口は、外壁全体を道路から45°内側に引き込むことで、街から店内までを連続した空間として演出している。また、扉の全面に高さ2500、幅1800㎜の框戸を設けて、閉鎖時にもオープンな印象を与えるファサードを構成した。大扉を開放すれば、街とのシームレスなつながりを可能にする。45°のファサードは、季節や人の移ろいに合わせて表情を変え、お菓子を楽しむ時間を街と共有する。

〈中島康一朗＋植木優行／スモールスケールプロジェクト〉

上／小田急線豪徳寺駅から続く商店街に立つ「フィーカファブリーケン」。間口が狭く、奥行きが長いテナントビルの1階奥に、2017年に開店したカフェの増築計画。前面道路に面した部分にテイクアウトもできるカウンターを設けた。ファサードは通りに対して45°角度を振って配置。通りを引き込み、街に開いた構えとしている　下／駅から向かった際は、壁面のグラフィックが注意を引き、視線を奥へと誘導する。イートイン、テイクアウト共にファサードのカウンターから注文するため、角度を振って生まれたスペースは客の溜まりにもなる

左上／ファサードのサッシは取り外し可能。特注色で塗装したカウンターは、スウェーデン国旗のブルーから着想し、象徴的な色でありつつ、商店街の中にあっても過剰にならない質感とした　左中／店内奥の既存イートインスペース。右手は厨房。既存店舗のオープン時に、スモールスケールプロジェクトはイスとテーブルをデザインした　左下／シナモンロールやキャロットケーキなど、北欧菓子を提供する。器は店舗デザインに合わせて選定している　右／店内から前面道路方向を見る。地元の人にとっても、北欧からの観光客にとっても親しめるコミュニティーハブとしての在り方を模索した。45°に振ったカウンターと連続するように設えたエントランスドアは、開ける所作からコミュニケーションが始まることを意図している

「フィーカファブリーケン」data

工事種別：内外装　部分改装
床面積：53.46㎡（うち厨房14.16㎡）
工期：2018年12月17日〜2019年2月8日
施工協力：サイン／BANANA YAMAMOTO

営業内容

開店：2019年2月9日
営業時間：正午〜午後7時
定休日：火、水曜日
経営者：関口 愛
従業員数：1、2人
客席数：13席
主なメニューと単価：コーヒー450　カフェラテ480　シナモンロール280　キャロットケーキ400　クッキー250

主な仕上げ材料

外装：ケイカル板組みPB下地内装用不燃塗料特注色塗装（フレンチウォッシュ／ポーターズペイント）　LGS組みPB下地フレンチウォッシュ塗装　扉／特注鋼製框戸
床：既存コンクリートの上モルタル金ゴテ仕上げ
壁、天井：LGS組みPB下地AEP
家具：イス／ラーチ合板t28AEP
什器：カウンター／天板・フレキシブルボードクリア塗装　腰・フレンチウォッシュ塗装
照明器具：客席通路／DL　厨房／スポットライト

改修前のファサード。中央のシャッター部分には別の店舗が入居していた。奥のスペースのみで営業していた「フィーカファブリーケン」は、右手の通路をアプローチとしていた（画像提供／スモールスケールプロジェクト）

オープンキッチン
SC
CT
WC
客席
キッチン
PLAN 1 : 100

コーヒー発祥の地であるエチオピアの土をイメージした左官壁や、木材を用いた家具と建具で構成された店内

コーヒー発祥の地を想起させる土と木

COFEEE COUNTY KURUME

Cafe & Roaster COFEEE COUNTY KURUME, Fukuoka
Designer Masahiro Hoshida Artisanal Architecture

福岡県久留米市通町102-8

設計／干田正浩建築設計事務所
協力／左官 原田左研 原田 進
施工／アイランドホーム 島田真治

写真提供／干田正浩建築事務所

ベンチシート席の背面に掘り込まれたような形で広がる左官壁。人が触れる部分はコテで押さえて強度を持たせている

レジカウンターから客席方向を見る。土や木といった素材の見切りをあえて設けずに、素材の存在感を強調している

土で囲まれた温かみのある空間

福岡県久留米市の昭和通り沿いに位置するコーヒーの焙煎所兼店舗。オーナーロースターの森崇顕氏はアフリカや中南米まで豆を買い付けに行きながら焙煎をしている。店内の半分をロースターの機能が占め、ビンテージの焙煎機プロバット25kgがカウンター越しに見える。オーナーとは、お互いアフリカに滞在した経験があり、コーヒー発祥の地エチオピアの土のようなイメージの空間にしようという方向性を最初に共有した。壁とエントランスの床は日田(ひた)土をベースにスサや土の配合を調整し、人の手が触れそうなところはコテで押さえて強度を持たせた。デザインし過ぎないラフさや土着的な雰囲気を出すために、床と壁、床の異素材の切り替えなど、本来は見切りが目立つところをあえて見切りをいれずに、素材どうしのぶつかりを強調する納まりとした。カウンターの天板はモールテックス仕上げでシンクまで一体でつくり上げ、腰壁は杉の丸太を斜めにスライスして得られる形態を生かして制作した。天井は壁に合わせてラフにしながらも重過ぎない色にするため、ラワン材をウレタン塗装後にオイルで斑を出すように着色している。

土から離れた生活をしている現代社会で、土で囲まれた空間は昔から知っている場所のような温かみと居心地の良さをつくり出した。

〈千田正浩〉

「コーヒー カウンティ クルメ」data

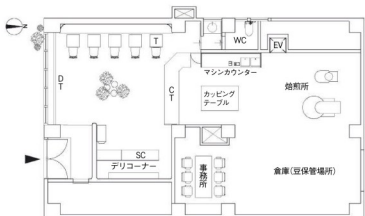
工事種別:内外装　全面改装
床面積:142㎡
工期:2018年12月1日〜2019年2月29日
施工協力:照明器具/モアライト

営業内容

開店:2019年3月13日
営業時間:午前11時〜午後7時
定休日:火曜日
電話:(0942)27-9499
経営者:森 崇顕
客席数:10席
主なメニューと単価:ハンドドリップコーヒー450　コーヒー豆(200g)1500〜

主な仕上げ材料

床:エントランス/既存下地三和土仕上げ　客席/既存モルタルの上ケレンがけ
壁:モルタル下地日田土左官仕上げ　木下地ラワン合板ウレタン塗装の上オイル仕上げ
天井:ラワン合板ウレタン塗装の上OS
家具:テーブル/天板・オーク無垢材天板+脚・粉体塗装　イス/アンティークチェア(ピエール　ガーリッシュ)
什器:カウンター、シンク/木下地+天板・左官材仕上げ(モールテックス/ビール・インターナショナル)　腰壁・杉板張り　棚/古材　扉/レッドシダー枕木、流木
照明:ペンダント照明(モアライト)　スポットライト(大光電機)

上/入り口周りの床は、大分の日田土をベースにした三和土仕上げ　下/雑居ビルの1階に設けられたファサード。自然素材や古材により、通りに温かみのある雰囲気を演出する

PLAN 1:200

料理を引き立てるミュージアム

MERCI MONCHER

Patisserie & Cafe MERCI MONCHER, Okayama
Designer Naoya Matsumoto / naoya matsumoto design

岡山県岡山市北区駅前町1丁目8-5 ICOTNICOT 1階

企画・プロデュース／モンシェール　金 美花
設計／松本直也デザイン　松本直也
協力／照明器具デザイン　ニューライトポタリー　永冨裕幸　奈良千寿
　　　厨房計画　ぞう屋　竹元謙治
施工／スペース　井上智晴　本近優実
撮影／浅野 豪

左／ショップやホテルがテナントとして入居する、JR岡山駅前の複合商業施設「イコットニコット」1階に店を構える「メルシーモンシェール」。施設内通路に面してガラス張りとし、視認性を高めている。モノトーンにまとめたカラースキームが、提供する料理やスイーツを際立たせる　右上／ファサードのガラスに面した席では、ソファの裏側もデザインすることで透明感を演出し、「ミュージアム」という客席のコンセプトを外部にまで伝えている　右下／施設共用部と、前面道路である桃太郎大通りにそれぞれエントランスを持つ。前面道路側に設けたエントランスは、テイクアウト客への訴求を意図し、カラフルなスイーツやパッケージが目立つレイアウトとしている

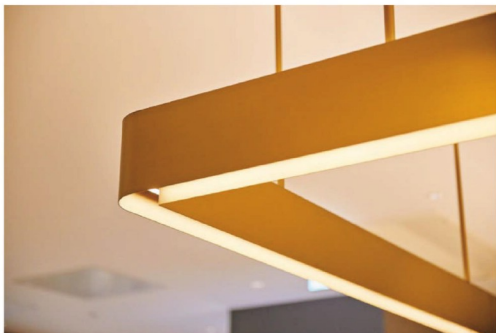
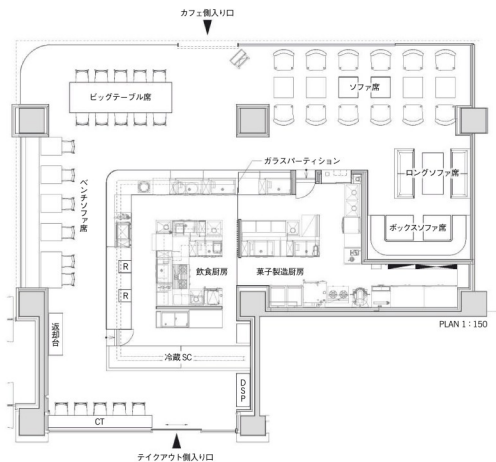
モノトーンの空間に映える真鍮

JR岡山駅前の複合施設「ICOTNICOT（イコットニコット）」内にできた、パティスリー＆ダイニングカフェのデザイン。「堂島ロール」をメインに展開するモンシェールの新ブランドとして動き出したプロジェクトにあたり、今までのブランディングとは一線を画す空間の在り方を徹底的に考察した。

コンセプトの軸は「Museum＆Laboratory」。まず利用者が滞在するエリアをミュージアムと捉え、提供される商品一つひとつが作品として存在し、そこを訪れる人々が食に対して味わう以上の美しさや驚きを意識できる環境を整えている。そして、フレームレスで連続するガラスのファサードから店内を見渡し、空間自体を企業ブランドという作品に見立てられればと表現した。加えて、ラボラトリーとして表現した厨房はクリーンで無機質に感じられる空気感を整え、そこへ商品という作品が一つひとつ、色彩と共に生み出される状況が引き立つよう、対比を強く意識した。

大きなミュージアムの中にボリュームとしてインプットされるラボラトリーを、真鍮という色気のあるマテリアルでつなぎ合わせることで、上質で、少しだけ東京的な空気感を醸し出せればと思う。〈松本直也〉

大理石やモルタルを基調とした空間に、真鍮をポイントで用いて、上質な空気感を演出している。立地が南向きであるため、日中店内が見えにくくなることから輝度の高いネオンサインがアイキャッチとなるよう意図した。店内の数カ所に設け、つながりを演出する狙いもある

奥まった位置に設けたボックスソファ席。他の客席よりも天井が少し低く、落ち着いた雰囲気としている

左／店内中央のカウンター上部に設けられた真鍮色の照明　右／二つの厨房を区画するガラスパーティション。飲食店営業と菓子製造業の2種類の厨房申請が必要で、それぞれ区画する必要があった。フレームを真鍮色とし、2枚をクランクさせることで、全体のテイストを損なわず、デザイン性を確保している

「メルシーモンシェール」data

工事種別：新築　内装のみ
床面積：195㎡（うち厨房59㎡）
工期：2018年10月1日～11月15日
施工協力：家具／アルク

営業内容

開店：2018年12月7日
営業時間：午前10時～午後9時　定休日：なし
電話：(086) 201-0130
従業員数：7人　客席数：50席
主なメニューと単価：マルシェプレート（スープ付き）1200　ファームプレート（スープ付き）1100　堂島ロール1275　堂島ロールセット（コーヒー・紅茶付き）680　ブレンドコーヒー（ホット／アイス）380

主な仕上げ材料

サイン：LEDモジュール正面発光ピット文字サイン
床：カチオン下地薄塗り用モルタル金ゴテ仕上げ
幅木：SUS真鍮色カラークリア仕上げ
壁：LGS組みPB下地特注グレーAEPツヤ消し　陶器質タイル100角貼り　LGS組みケイカル下地セメント系塗り材仕上げ（ビルモル）
天井：LGS組みPB下地AEPツヤ消し
家具：フレーム／SUS真鍮色カラークリア仕上げ　陶器質タイル750×600貼り
什器：カウンター／天板・ビアンコカララt20貼り　腰・カチオン金ゴテ仕上げ＋CLツヤ消し
照明器具：ボーダー照明／SUS真鍮色カラークリア仕上げ　ペンダント照明（ニューライトポタリー）

緑の中にあるロースターカフェ

WHITE GLASS COFFEE

Cafe WHITE GLASS COFFEE, Tokyo
Designer Takao Katsuta / LINE-INC.

東京都渋谷区桜丘町23-18 ビジョナリーアーツ1階

設計／ライン 勝田隆夫 森 貴士
協力／コーヒー機材選定 OBSCURA COFFEE ROASTERS
厨房設計 マナ・インターナショナル 照明計画 1LUX
施工／丹青社

撮影／髙山幸三

左／エントランス方向を見返す。右側のテラスに面したサッシは全面開口となり、テラスに配した植栽の緑に包まれる。ゆったりとした革張りのイスに座り、コーヒーや軽食を楽しむことができる　右上／エントランスから店奥を見る。オリジナル照明や壁のネオンサイン、床のペイントがアクセントとなっている　右下／店内奥は一部既存デザインを転用している。奥にはロースターを設置。店内で焙煎したフレッシュなコーヒーを味わえる。右手はガラス張りのオープンキッチンで、つくる工程を見せている

おいしいコーヒーを学び、気持ち良い一日を過ごす店

13年前に東京・渋谷にある専門学校の食堂として弊社が設計し、その後カフェとしていた場所を今回リニューアルし、コーヒーに特化したロースターカフェを手掛けた。

このカフェの特色は学生が授業の一環として、コーヒーができる過程から商品提供までを体験できる学生と社会をつなげるリアルショップの機能を持ち合わせていること。学生にはコーヒーができるまでの過程と、おいしいコーヒーを提供するまでのフローを楽しみながら学べる店舗として、また、ゲストには日々忙しい都市生活の中で、くつろいでおいしいコーヒーを飲んでもらえるような空間構成を目指した。

構成にあたり、ロースターマシンを新設。学生が焙煎を実体験でき、機材と作業を見せることで空間にアクセントとにぎわいを持たせた。また、フルオープンできる大型の引き戸サッシはそのまま利用。多くの植栽に囲まれたテラスと店内をつなげる一体感を生かした。まるで都会の中に森があるような空間となり、緑の中でコーヒーを味わえる空間構成となった。〈勝田隆夫／ライン〉

店内からテラス方向を見る。テラスにはたくさんの鉢植えを設置し、通りからの視線を遮る緑の生垣となっている

左／ガラス張りのキッチンの腰壁は引き出しのようなデザインの古材貼り。既存を転用した　右／カウンター背面にはネオン管によるサイン

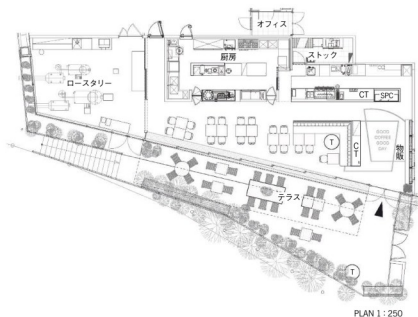
「ホワイト・グラス・コーヒー」data

工事種別:内装のみ　部分改装
床面積:243.8㎡(うち厨房27.98㎡)
工期:2018年10月15日〜12月18日

営業内容

開店:2019年1月18日
営業時間:午前8時〜午後9時(土・日曜日、祝日は午前11時〜午後8時)
電話:(03)6416-4550
経営者:㈱ロイヤル・アーツ
従業員数:9人
主なメニューと単価:本日のコーヒー490　ハンドドリップコーヒー600　カフェラテ550　ドーナツ180　プリン380

主な仕上げ材料

サイン:ネオン管
床:モルタル金ゴテ押さえの上UCツヤ有り仕上げ
壁:モルタル塗装
天井:AEP
家具:オーク材UCツヤ消し仕上げ　STメラミン焼き付け塗装　外部丸テーブル/天板・大理石　脚・既製品　外部ビッグテーブル/天板・ジンク　脚・マホガニー材+UC　内部テーブル/天板・オーク材UC仕上げ　脚・既製品
什器:カウンター天板・腰/オーク材UCツヤ消し仕上げ　STメラミン焼き付け塗装
照明器具:オリジナルペンダント照明

owner's comment

21世紀のスタンダードとなる、森の中のコーヒーショップ

「ロイヤル・アーツ」というカフェやベーカリー、チョコレートショップを運営する会社を経営しています。「WHITE GLASS COFFEE(ホワイト・グラス・コーヒー)」では、自社のファクトリーで手づくりしたケーキやプリンを提供しており、ジャムなどの加工品も手づくり。メニュー開発も自分たちで行っています。マーケティングや大量生産でもうけることを目的とせず、素材にこだわり、時間をかけて生み出し、自分達の手でお客に直接届ける。それが21世紀のスタンダードとなるような店にしたいと考えています。

コーヒーやチョコレートなど、クラフトをテーマにした店を企画するのも、20世紀型の工業製品的なものづくりに対するカウンター精神に共感しているからです。2013年から17年までサンフランシスコに住んでいましたが、生産者とフェアな関係を築き、良質な食べ物を生み出すカルチャーに影響を受けました。人の手でつくられたものは美味しい。私たちの店では、ベーシックなものをモダンに解釈しています。

店舗も本物の素材を使った空間にしたいと思っています。無垢の木材や鉄、レザーに加え、植物も大きなポイント。ストレス社会なので、お客様には、ちょっとした時間でもできるだけ自然の中でものを考え、時間を過ごしてほしい。ものづくりにおいてもサービスにおいても、飲食業の新しいクオリティーを示し、発信したいと思っています。

ロイヤル・アーツ
代表取締役
安達建之

外観。木々が生い茂る渋谷のオアシスのような空間

デッキとロングカウンターで街に開く「キャッシュレス」コーヒースタンド

KITASANDO COFFEE

Coffee Shop KITASANDO COFFEE, Tokyo
Designer Tetsuo Yamaji / TETSUO YAMAJI ARCHITECTS

東京都渋谷区千駄ケ谷4丁目12-8 SSUビル1階

設計／山路哲生建築設計事務所
協力／構造設計　清水構造計画
　　　ロゴデザイン　ルーシーオルターデザイン
施工／シー・スリー・デザイン
撮影／長谷川健太

東京・北参道にオープンした完全キャッシュレスコーヒースタンドの「KITASANDO COFFEE（キタサンドウコーヒー）」。オフィスビルの1階を改修した店舗前には、もともと駐車場のあったスペースにデッキをつくり、公共性を高めることを意図した

地元に密着したコーヒースタンド

完全キャッシュレスのコーヒースタンド。本店舗は今後多店舗展開するための1店舗目であり、旗艦店として設計を依頼された。もともとオフィスだったビルの1階部分10坪を飲食店に、また前面の外部駐車場10坪をデッキに変更し、店舗のなかった通りに人が集まることのできる場所をつくった。当オフィスビルで働く方々はもちろん、近隣の住民や会社員が気軽に立ち寄ることができる、コーヒー1杯が入場チケットの小さなパブリックスペースとなっている。

店内と同等の広さのデッキスペースによって公共性を獲得。更に、内外の連続性をつくるためにフルオープンにできる開口を設けた。床のデッキを室内にも連続させることで、大きなカウンターが屋外に投げ出されたような解放感を持たせている。ロングカウンターの腰には波型のポリカーボネート板を用い、その間に木毛を挟んだ。木毛が内照する光にムラを生み出し、光の濃淡はラテのように複雑な模様を演出する。

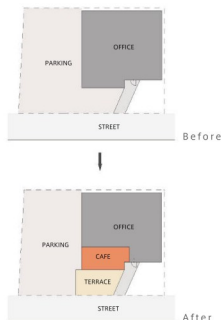
コーヒースタンドからキャッシャーが省かれることで、カウンターが純粋なキッチンカウンターに近付いていく。コミュニケーションの機会も増え、常連客が固定化し、地元に密着した店舗になる。小さなこのコーヒースタンドの客席はそれぞれの地域の路上やオフィス、リビングになるだろう。どこの道端にも咲く野草のように種を増やし、イタリアのエスプレッソバーやイングランドのパブのような商業的地域性・公共性を獲得して欲しい。　〈山路哲生〉

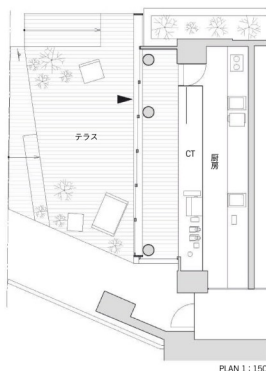
俯瞰イメージ図

上／幅約7mのレッドオーク材カウンターを見る。キャッシュレスのためキャッシャーはなく、カウンター周りをすっきりと見せることを可能とした。支払いは、スマートフォンアプリでの事前決済、または店頭でクレジットカードや電子決済で行う　下／カウンターの腰には、クリアな波形ポリカーボネート板に木毛を挟み込み、内照させることで、ラテのような複雑な濃淡を生み出している

平面ダイアグラム

PARKING
OFFICE
STREET
Before

PARKING
OFFICE
CAFE
TERRACE
STREET
After

駐車場スペースの一部をテラスにすることで、通りへ商業のにぎわいを拡張した

PLAN 1 : 150

「キタサンドウコーヒー」data

工事種別：内外装　部分改装
床面積：35.06㎡（うち厨房23.16㎡）
工期：2019年5月15日～6月19日
施工協力：厨房設備／ハイサーブウエノ　照明器具／遠藤照明　什器／スケール　サイン／協同工芸社　コーワネオン

営業内容

開店：2019年8月6日
営業時間：午前8時～午後8時（土・日曜日は午前10時～午後6時）
定休日：なし
経営者：㈱カンカク　松本龍祐
従業員：2、3人
主な取扱商品と単価：ラテ486　アメリカーノ432　ヘルシーエピキュリアン（サラダ）1274

主な仕上げ材料

屋根：鉄骨組みポリカーボネート材t16貼り（ツインカーボタフネス／AGC）
外壁：木製建具／枠・スプルス材木材保護塗料（キシラデコール白木やすらぎ／大阪ガスケミカル）
外部床：デッキ／ウッドデッキ材t31貼り（アコヤASP／池上産業）
サイン：ネオン（コーワネオン）　カッティングシート（JS1503 XL ハイテックブラック／3Mジャパン）
床：木下地塩ビシート貼り（NS4400／東リ）　アコヤASP貼り
幅木：ソフト幅木（TH4012 ／東リ）
壁：耐水合板下地AEP　既存AEP
天井：PB下地AEP　既存AEP
什器：吊り戸棚／シナ合板　カウンター／天板・レッドオーク材　腰・ポリカーボネート波板（鉄板小波 32ナミ 651 クリアマット／タキロンシーアイ）木毛挟み込み
照明器具：演出照明（MACHINIST GLASS GLOBE SCONCE 11／栄進物産）

東京・表参道の目抜き通りから脇にそれた住宅街に店を構える「ヒグマドーナッツ コーヒーライツ 表参道」。違法建築群であった共同住宅を、実測、用途変更、減築、拡張によって適法化し、住居やコワーキングスペース、店舗が入る複合施設とした「ミナガワビレッジ」の1階に入居する。元々は車庫として使われていたスペースで、既存のレベル差を客席として生かしている

使い手の能動性を引き出し、
その振る舞いがファサードとなる

ヒグマドーナッツ コーヒーライツ 表参道

HIGUMA DOUGHNUTS COFFEE WRIGHTS OMOTESANDO, Tokyo
Designer Naoki Takatsuka / CHAB DESIGN

東京都渋谷区神宮前4丁目9-13 ミナガワビレッジ#5
設計／チャブデザイン　髙塚直樹
施工／ウェルカムトゥドゥ
撮影／長谷川健太（P.81、82、84）　千葉正人（P.83）

段差が振る舞いのきっかけとなる

北海道の素材を使用した手づくりドーナッツを味わえる「HIGUMA Doughnuts（ヒグマドーナッツ）」と、良質なコーヒーを気軽に楽しめる「CoffeeWrights（コーヒーライツ）」の共同店舗である。敷地となったのは表参道駅近郊の閑静な住宅街にある、オフィスなど五つのテナントがラウンジ、庭、キッチンを共有する複合施設「ミナガワビレッジ」。一つの敷地に、四つの建物が中庭を囲うようにして並ぶこの場所は60年前に始まった。増改築、空き家の期間を経て2018年にリノベーションされ現在の形となり、「変わり続ける場所」をコンセプトに、今も新陳代謝をしている。地域との接点となる、道路に面した棟の1階が今回の舞台となった。

室内は75㎝の段差を伴って二つに分かれており、前面道路からは65㎝掘り込まれていた。そのため中庭の築山による緑が、道路を歩く際、視界に優しく入り込むのが印象的だった。そこで段差を肯定的に捉え、「座る」や「物を置く」きっかけとしてデザインに取り込むことにした。まず段差を利用してひな壇状の席を設けた。道路側のFIX窓の一部を開閉式の大きな引き戸にして自然の風を取り込み、ひな壇席を道路側へと伸ばして基礎の立ち上がりを利用した外部ベンチ席へと一体的につなげた。素材については単管パイプや溶融亜鉛メッキ、合板といったこの施設に使用されている材料を取り入れることで、建物全体としての関係性を築いた。ドーナッツとコーヒーを求めて気軽に人が集まり、そのにぎわいがファサードへにじみ出す「ミナガワビレッジ」の玄関となるようにした。　〈髙塚直樹／チャブデザイン〉

「ヒグマドーナッツ コーヒーライツ 表参道」data

工事種別：内外装　新築
床面積：51.26㎡（うち厨房13.45㎡）
工期：2018年8月16日～9月18日
施工協力：厨房機器／マルゼン　サイン／RYMS

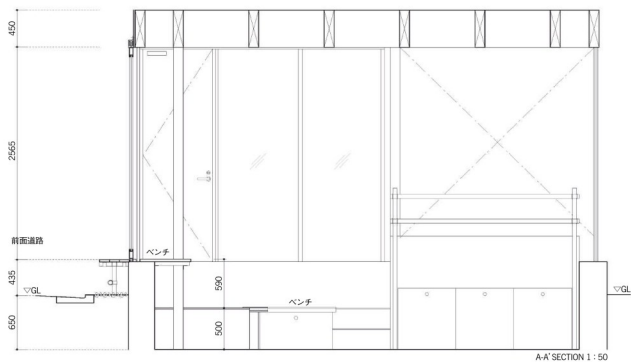
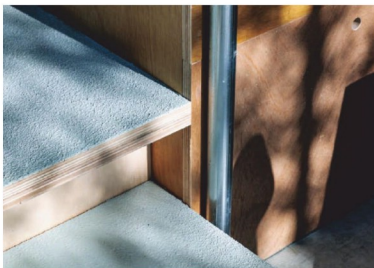
営業内容

開店：2018年9月21日
営業時間：午前11時～午後6時
定休日：水曜日
電話：(03)6804-3163
経営者：ヒグマドーナッツ／solla㈱　コーヒーライツ／㈱WAT
従業員数：2～4人
客席数：38席
主なメニューと単価：ハンドドリップコーヒー550　カフェラテ550　ドーナッツ各種230～　ヒグマソフト480

主な仕上げ材料

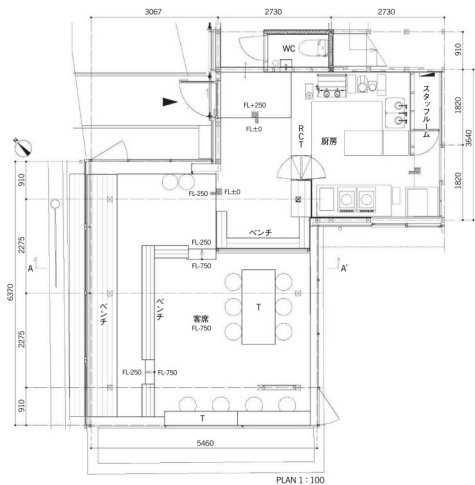
床：構造用合板t24下地防滑塗装仕上げ　縁側／亜鉛メッキ単管パイプt1.8＋セランガンバツ材120×30組み
壁：既存構造用合板現し　開口部／鋼製片引き戸溶融亜鉛メッキ仕上げ
天井：既存木格子現し
家具：テーブル／ラワン合板t24＋t12二重貼りUC
什器：カウンター／ラワン合板t18＋フレキシブルボードt5組みUC　手すり／ヒノキ材単管（モクタンカン）
照明器具：ペンダントライト（GLO-BALL S2／フロス）

左／前面道路から店内を見る。基礎の立ち上がりをそのまま活用したベンチ席とし、内外を連続させている　右上／店舗部分の外壁は大部分をガラス張りとしている。店内が掘り込まれているため、客が大勢いる状態でも前面道路から奥の中庭部分まで見通すことができる　右下／既存基礎、躯体工事、内装と、異なる時間軸が存在する中で、いずれかにヒエラルキーを傾けないよう配置やバランスを検討。ひな壇状の席やベンチ席、テーブル席、カウンター席などさまざまな種類の席を設けることで、公共の広場のように、「段差があったから座る」など、自由な振る舞いを誘う

A-A' SECTION 1 : 50

左／客席部分はおよそ30㎡と狭いが、水平方向の視線の抜けや、席によって視線の高さが異なることで感覚的な広がりを生む。座面や手すりなど、直接触れる部分は木で仕上げている　右上／床の一部に滑り止めの塗装を施した他は、素材がそのまま見えるよう仕上げている。古いものも新しいものも同列に扱い、複数の素材が重なる部分はそれぞれの厚みを見せる納まりとした　右下／表通りに面したベンチ席。単管パイプを組んだ上にデッキ材を渡している

3067　2730　2730
WC
FL+250
FL±0
RCT
厨房
スタッフルーム
910　1820　3640　1820
FL-250　FL±0
ベンチ
FL-250
FL-750
A　A'
6370
910　2275　2275　910
ベンチ　ベンチ
客席
FL-750
T
FL-250　FL-750
T
5460

PLAN 1：100

ファサード。モルタル仕上げの壁に"コンマ"をモチーフにしたロゴが浮かび上がる。入り口すぐの場所に内照式の壁面を設けて、前面道路からの視認性を高めた

多様な客層に紅茶文化を発信するティーショップ

comma tea 青山表参道店

Cafe COMMA TEA Aoyamaomotesando, Tokyo
Designer Kubota Architects & Associates

東京都渋谷区神宮前4丁目7-3 神宮前HMビル1階
設計／窪田建築都市研究所 窪田 茂 植松慶一郎 村松美鶴
協力／照明計画 遠藤照明 片岡真紀 鈴木峻文
施工／HENDERSON INC.
撮影／スターリン・エルメンドルフ

コンクリートを削り出したような空間

空前の「タピオカミルクティーブーム」が起こる中、「comma tea（コンマティー）」は日本で生まれたブランドである。タピオカミルクティーの火付け役となった台湾では、元々あったお茶の文化を起源として、ミルクティーなどのティースタンドが人気であり、性別や年齢問わずに利用されている。日本でもこうした紅茶文化を浸透させたいという思いからコンマティーはスタートした。

大人の女性や男性も入りやすいようにデザインを整え、幅広い層に触れてもらうことができるティースタンドとして誕生したのが、ここ青山表参道店であり、フラッグシップとしての役割を担っている。決して広くはない店舗だが、コンクリートを削り出した彫刻のような空間を構成し、硬い印象にならないよう曲線を用いながら柔らかさを持たせ、バランスを整えた。壁は素朴なモルタルと艶感のあるミラーのみとし、天板は全て古びた真鍮を用いることで極限まで要素を削ぎ落とし、間接照明で陰影をつけ、シンプルでエッジの際立った空間とした。また、道ゆく人に対して印象的なデザインとなるよう、エントランスは面発光を設けて視認性を上げている。

茶葉へのこだわりを持ち、商品についても日々改良が重ねられるコンマティー。タピオカミルクティーのみならずチーズティーといった新しい商品を提供するなど常に進化をし続けている。今後も勢力的に全国に広がるコンマティーから、新しい「紅茶文化」が根付いていくことを願っている。〈植松慶一郎／窪田建築都市研究所〉

life is a series of comma
not periods.

左／エントランス側から店内を見通す。店内はモルタルとミラー、スチールをだけのシンプルな仕上げで、コンクリートから空間を削り出したようなイメージでデザインされた　右／客席は壁際のカウンターと、スタンディング用カウンターのみで構成。テーブル天板はエイジングした真鍮板を用いている

「コンマティー 青山表参道店」data

工事種別：内装のみ　全面改装
床面積：39.05㎡
工期：2019年2月19日～3月18日

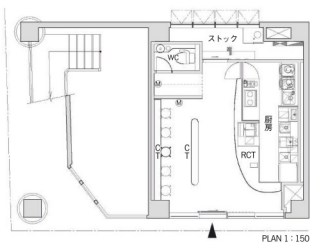
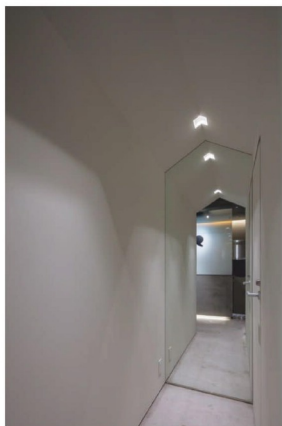
営業内容

開店：2019年3月23日
営業時間：午前10時～午後9時30分
定休日：なし
電話：(03)6804-3376
経営者：㈱ティーカンパニー
客席数：8席（うちスタンディング3席）
主なメニューと単価：大人のタピオカミルクティー各種550～　黒糖タピオカラテ各種600～　自家製チーズティー各種600～　ハーブソーダ各種450～

主な仕上げ材料

床：既存下地セメント系セルフレベリング材仕上げ
壁：既存下地モルタル金ゴテ仕上げ
天井：既存躯体塗装　造作天井モルタル薄塗り

上／カウンターは、硬質なコンクリートのイメージに柔和な印象を与える曲線的な形状とした　下／レストルームへのアプローチ

PLAN 1：150

セットバックしたファサードがアイキャッチとなる
東京・田原町の浅煎りコーヒースタンド

LUCENT COFFEE

Cafe LUCENT COFFEE, Tokyo
Designer Hirofumi Watanabe

東京都台東区寿1丁目17-12 レモンビル1階
設計・施工／渡部紘史
撮影／森田大貴

2019年7月、東京・田原町にオープンしたカフェ「ルーセントコーヒー」。入り口は通りから斜め方向に配置され、手前のベンチ席に滞在できる空間の溜まりをつくっている

日常に溶け込む 透明感のある店づくり

浅草と蔵前を結ぶ大通り沿いのコーヒーショップ。ショップコンセプトは「半透明に自然に溶け込む日常の一部になるように」。オーナーからの要望は、「ハンドドリップしている姿を正面に見せる」「テイクアウトしやすい」「ベンチのみの客席(テーブルは置かない)」「開放感のある店内」ということ。

今回のような小空間の店舗設計では、ゾーニング時に一つのルールが全体に大きな影響を与える。諸条件を整理し、平面上に斜めの軸を設定し、ゾーニングを展開することにした。軸線に対して右が厨房、左が客席、その軸線に直行させてセットバックした線がつくる空間をテイクアウトカウンター兼エントランスとしている。この軒先空間は、周辺環境のフラットなファサードラインに対して凹んでいるため、通りを歩く人に対してアイキャッチのような効果を期待した。また、セットバックすることでファサード面に立面が増えるため、限られた間口でも「テイクアウト」「出入り口」「ベンチ」「看板」と多様性をつくることができた。店内に入ると軸線は厨房と客席という二つの関係が表れ、斜めにすることで長い視線をつくる効果を生み、開放感につながった。壁に沿わせたベンチは、限られた面積で自由な客席レイアウトを可能にした。

内装仕上げは、同じ色の塗料でそれぞれの下地材が感じられる程度に吹き付け塗装やローラー仕上げとした。浅煎りコーヒーの特徴である、「透明感」「繊細な味わい」や、店名「LUCENT」、ロゴに使われた花「サンカヨウ」のように、「透明な、透き通った」というイメージに合うようにと仕上げた。 〈渡部紘史〉

店内は、カウンターを挟んでベンチ席と厨房に分かれるシンプルな構成。斜めにカウンターを配置することで奥行きを生み、開放感につながる

左／浅煎りコーヒーの「透明感」「繊細な味わい」を店舗で表現するため、壁のコンクリートブロックやカウンターやベンチの腰の赤松材などには、素材感が少し表れるよう薄く吹き付け塗装を行った　右／商品が際立つよう、棚が付いたカウンターには内照式照明を仕込んだ

「ルーセントコーヒー」data

工事種別：内外装　全面改装
床面積：39㎡（うち厨房12㎡）
工期：2019年6月1日～7月19日
施工協力：厨房設備／タニコー　照明器具／ユニティ　施工補助／黒田修平　下地工事、左官／ATU interior　塗料／カラーワークス　植栽／TOO GARDEN　ロゴデザイン／miltata

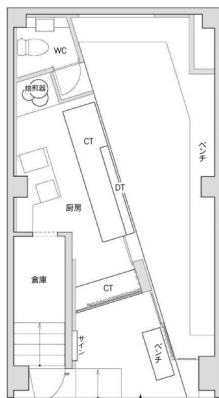
営業内容

開店：2019年7月21日
営業時間：午前7時30分～午後6時30分
定休日：火曜日
電話：(03) 4400-1995
経営者：中田 真　中田翔子　従業員：2人
客席数：20席　客単価：700円
主なメニューと単価：ドリップコーヒー500　ラテ500　パウンドケーキ400

主な仕上げ材料

床：墨モルタル金ゴテ仕上げ　クリア塗装
壁：モルタル木ゴテ仕上げEP白吹き付け　金ゴテ＋EP白ローラー仕上げ　コンクリートブロック積みEP白吹き付け　赤松材貼りEP白ローラー仕上げ
天井：モルタル木ゴテ仕上げEP白吹き付け　赤松材貼りEPローラー仕上げ
家具：ベンチ／赤松材貼り＋EPローラー仕上げ
什器：カウンター、棚／天板、座面・オーク無垢材＋ガラスフィニッシュ

ファサード＆展開イメージ図

（図版提供／渡部紘史）

隣り合う2店の精緻なデザインが、
スイーツとそこでの体験を引き立てる

PÂTISSERIE ASAKO IWAYANAGI / ASAKO IWAYANAGI PLUS

PÂTISSERIE ASAKO IWAYANAGI / ASAKO IWAYANAGI PLUS, Tokyo
Designer Takumi Shukuzawa / creA

東京都世田谷区等々力4丁目4-5 ブライトステージ等々力1階 / ファミーユ等々力1階

設計／creA　宿澤 巧　松原理沙子
協力／照明計画　モデュレックス　麻田勝正　松下碧海
施工／BACON　乙部洋平

撮影／青木勝洋

イートインスペースを持つ「パティスリィ アサコ イワヤナギ」店内奥のシェフズカウンター席。特別なデザートコースが提供される。壁や天井を薄塗りモルタルで統一し、天井のダウンライトで、シェフの手元やテーブルのみに光を当てる（詳細図はP.98）

「日常」から「特別」までを内包する

東京・世田谷区等々力にあるカフェスペースを持つ「PÂTISSERIE ASAKO IWAYANAGI（パティスリィ アサコ イワヤナギ）」とテイクアウトスイーツ店「ASAKO IWAYANAGI PLUS（アサコ イワヤナギ プリュス）」は、シェフパティシエール岩柳麻子と建築家宿澤巧が共同代表を務めるcreA（クレア）が、ブランディング・ディレクションから店舗設計、店舗運営まで全てを行っている。

「インスピレーションの始まりは、あなた。」をコンセプトにつくり上げるスイーツは、宝石のように美しいと評され、多くの人から支持を得ている。

空間にはより美しくスイーツを引き立たせること、スイーツを楽しむための特別な体験を演出すること、ブランドのビジュアルコンセプトを空間で明確に表現することが求められた。

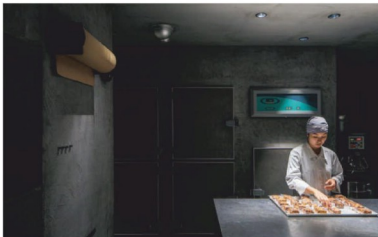
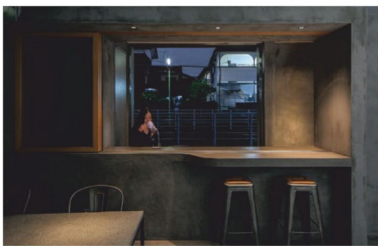
「PÂTISSERIE ASAKO IWAYANAGI」は、オープンからまもなく4年が経過するが、毎年改修工事を行うことで、変化への対応と当初計画し予算的に諦めていたデザインの理想に少しずつ近付いている。生菓子や焼菓子のテイクアウト販売の他、特別なデザートコースが提供されるシェフズカウンター席やペットと一緒に気軽に利用できるテラス席など、性格の異なる24席のイートインスペースでスイーツを楽しむことができる。

2018年10月にオープンした2店舗目「ASAKO IWAYANAGI PLUS」では、ビスキュイ、グラシエ、ショコラティエ、コンフィチュール、クレピエ、カフェの六つの異なるカテゴリーの専門店として成り立たせる設計が必要となった。引き出し式の冷蔵チョコレートショーケース、ポット式のジェラートケース、ドリンクカウンター、注文を受けてから焼き上げるクレープ台を内包した、総長10mのL字型のカウンターが空間の中心となる。

「PÂTISSERIE ASAKO IWAYANAGI」は、パフェの組み立てやケーキの仕込みが間近で見え、常に多くのスタッフやお客様でにぎわう店内はライブ感と活気にあふれた雰囲気となる。「ASAKO IWAYANAGI PLUS」は静かで落ち着いたギャラリーのような空間で、パティシエやバリスタと会話を楽しみながらゆっくりと過ごすことができる。ビジュアルは統一されながらも空気感の異なる店舗を併設することで、ブランドの多様性を表現したいと考えた。そこには次のような思いが込められている。

お客様にとって、地域に根差し愛されるケーキ屋でもありながら、唯一無二の特別な存在として日本全国からここを目指してくるようなスペシャルな店にもなりたい。そんな「日常」から「特別」までを内包する懐の大きなパティスリーをこれからも目指していきたい。〈宿澤 巧／クレア〉

「パティスリィ アサコ イワヤナギ」のガラスショーケース周り。厨房を「製造工程を見せるためのショーケース」と位置付け、厨房は全面ガラスサッシとし、スイーツをつくるパティシエの姿が浮かび上がるようデザインした

「パティスリィ アサコ イワヤナギ」客席から厨房方向を見る。グレートーンで統一し、厨房のコーナー部ではパフェをつくる様子が客席から見えるよう、ガラス面を大きく設けている

左／レジカウンター周り。モニターや銅板製の棚をカウンターと一体化している　右上／店内から開口部越しにテラス席を見返す。目の前には東急大井町線の電車が走る　右下／厨房内。奥には、オランダ製の急速冷凍庫を壁と一体で仕上げた。内装の仕上げや照明も客席の仕様と合わせている

上／「パティスリィ アサコ イワヤナギ」に隣接し、2018年にオープンしたテイクアウトスイーツ店「アサコ イワヤナギ プリュス」。グレートーンで統一され、床は外床と同じ素材としている　中／L字型カウンターと一体化したジェラートケース。カウンターは他にもドリンクカウンター、クレープ台などの機能を備える　下／外観。手前が「アサコ イワヤナギ プリュス」、奥が「パティスリィ アサコ イワヤナギ」。外装は左官仕上げで、内装同様ブランドカラーのグレーで統一している

「パティスリィ アサコ イワヤナギ」data

工事種別：内外装　全面改装
床面積：97㎡（うち厨房33㎡）
工期：2015年9月～12月、改修／2017年8月下旬～10月
施工協力：照明器具／モデュレックス　左官／原田左官工業所

営業内容

開店：2015年12月11日
営業時間：午前10時～午後7時
定休日：月曜日
電話：(03)6432-3878
経営者：㈱creA　岩柳（宿澤）麻子　宿澤　巧
従業員数：サービス2～4人　厨房5～7人　合計10～13人
客席数：24席　客単価：3600円
客回転数：平日／7回　休日／10回
主なメニューと単価：パルフェビジュー（ドリンク付き）3000～　季節のパフェ（ドリンク付）2800～　クレア600　コーヒー500

主な仕上げ材料

外壁：一部／LGS組みPBt12.5下地左官仕上げ材（モールテックス／ビール・インターナショナル）　ガラスサッシ／ガラス＋木造作
外床：テラス／ウッドデッキ敷き
床：モルタル下地金ゴテ仕上げ
壁：LGS組みPBt12.5下地薄塗りモルタル仕上げ
天井：木毛セメント板t15貼り（竹村工業）　LGS組みPBt12.5下地薄塗りモルタル仕上げ
家具：人造大理石＋スチール　SUS　銅
什器：SUSバイブレーション仕上げ　カウンター／木造作の上モールテックス仕上げ
照明器具：スポットライト　ダウンライト

「アサコ イワヤナギ プリュス」data

工事種別：内外装　全面改装
床面積：76㎡（うち厨房34㎡）
工期：2018年4月1日～10月9日
施工協力：厨房設備／タニコー　照明器具／モデュレックス　音響設備／バング＆オルフセン　左官／原田左官工業所

営業内容

開店：2018年10月11日　営業時間：午前10時～午後7時
定休日：月曜日　電話：(03)6432-3878
経営者：㈱creA　岩柳（宿澤）麻子　宿澤　巧
従業員数：8～10人
主な取扱商品と価格帯：パルフェ アンボルテ900～　タルト450～　クレープビジュー1200～　日本茶500～　スペシャリティーコーヒー550～

主な仕上げ材料

外壁：LGS組みPBt12.5下地モールテックス仕上げ　サッシ／ガラス＋SUSバイブレーション仕上げ　軒／高圧木毛セメント板（TSボード／竹村工業）
サイン：真鍮切り文字
床：コンクリート平板300角貼りUC
壁：LGS組みPBt12.5下地モールテックス仕上げ
天井：LGS組みPBt12.5下地薄塗りモルタル仕上げ
家具：木造作モールテックス仕上げ　SUS　銅
什器：SUSバイブレーション仕上げ　カウンター／SUS、木造作モールテックス仕上げ
照明器具：スポットライト　ダウンライト

「パティスリィ アサコ イワヤナギ」カウンター詳細図 1：50

オランダ製の急速冷凍庫をモールテックスで仕上げ、壁面と一体化させた

シェフがコースメニューを提供することを想定したカウンター

厨房　焼き菓子　WC　クレープ　ドリンク　ジェラート　CT　トッピング　R　SC　イートインスペース　販売スペース　テラス席

イートインの看板メニューであるパフェの製造過程をガラス越しに見せる

アサコ イワヤナギ プリュス　　パティスリィ アサコ イワヤナギ

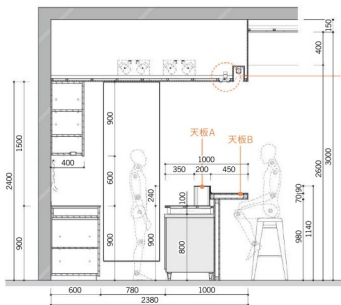
PLAN 1：150

店外とやり取りできるクレープの受け渡しカウンター

イタリア製のポット式ジェラートケースを他の什器と一体化し、モールテックスで仕上げた

内外に同じ床材を敷き、路地が店内へ連続していくようなデザイン

ショーケースを追加するなど将来的に拡張できる余白。現在は待合として使用

防犯区画をここで区切っているため、テラスカウンターの木製サッシには鍵が付いておらず、すっきりした見えがかりとなっている

「Shinjo Gekijo」 ファサード。JR南武線・武蔵新城駅前に位置する、ブックカフェ、ラジオスタンド、レンタルボックスが入る複合ショップ。既存サッシを半分解体・新設し、歩道からセットバックさせベンチを設けている

小屋の集合が迎える街の拠点

Book & Cafe stand
Shinjo Gekijo

Book & Cafe stand SHINJO GEKIJO, Kawasaki
Designer Chie Hoshino / cobalt design

神奈川県川崎市中原区上新城2丁目9-1 セシーズイシイ11 1階
設計／コバルトデザイン一級建築士事務所　星野千絵
協力／ロゴデザイン　トビラ　もりさなえ
　　　厨房設備　タニコー
施工／田工房　内田晃晴
撮影／山内紀人

街の一部として 街の価値を創造し維持する店

JR南武線・武蔵新城駅周辺では、地域の物件オーナーが中心となり、3年程前から継続的に街の拠点づくりが行われています。このプロジェクトもその一環としてスタートしました。

拠点づくりに関心のある有志チームでまず期間限定の古書店として営業し、その後本格的な開業に向け「街の価値を創造・維持し続ける」ためにどんな場所をつくりたいかミーティングを重ねました。その結果、①「ブックカフェ」をベースとする②仕事帰りに「食事」ができる③「雑貨販売」がある④「小商い」が始められるレンタルボックスを設ける⑤「ラジオスタジオ」をつくる、という複合的な内容となりました。

これらをテナント内に共存させるため、各用途をそれぞれ小屋状の箱に分けて配置する計画としました。“店内を街の一部として使ってほしい”という考えから、歩道から小屋の間を抜けて、少し開けた所を“客席”と捉えてデザインしています。これを強調するため、店舗を内外に隔てるサッシ面に強い境界性を与えないよう、各小屋はサッシをまたぐように配置しています。既存サッシは半分解体して新設し、歩道からセットバックした位置にサッシラインがくるよう変更しました。

規模に対して用途の複合性が高いため、多くの商品や企画が自然と見やすく小屋の外観に現れるよう、立面を計画しています。内装の仕上げは要素をしぼり、背景として空間を整理する役目を持たせました。

この場所が地域の拠点となり、長く生きる店舗となることを願っています。

〈星野千絵／コバルトデザイン一級建築士事務所〉

「ブックアンドカフェスタンド シンジョウゲキジョウ」data

工事種別：内外装　全面改装
床面積：61.20㎡（うち厨房11.87㎡）
工期：2018年4月27日～6月29日
施工協力：家具／中原工房

営業内容

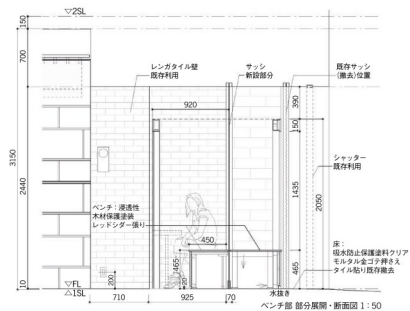
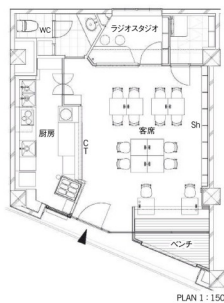
開業：2018年8月23日
営業時間：午前11時～午後7時（曜日により夜間別業態での飲食営業あり）
定休日：月曜日　電話：（044）863-8552
経営者：トビラ㈱
従業員数：サービス兼厨房／平均2人
客席数：16席
主なメニューと単価：自家製フルーツビネガーソーダ（小泉農園のわがままいちご）500　クレープシュガーバター350　トマト＆チキンサラダガレット～バジルソース仕立て～セット980

主な仕上げ材料

外装：アルミサッシ　木製化粧枠　木製框戸
ベンチ：レッドシダー材オイルフィニッシュ仕上げ
サイン：SUS切り文字指定色焼き付け塗装
床：既存塩ビタイル撤去の上ポリッシャー掛けUC
壁：PBt12.5下地AEP　ビニルクロス貼り　杉板張り
天井：PBt9.5下地AEP　ビニルクロス貼り　ラーチ合板張り
家具：テーブル／天板・シナランバーUC　小口・テープ貼り水性ウレタン着色　脚・STラッカー塗装
什器：カウンター／天板・シナランバー　小口・現しUC　腰／杉板張り
照明器具：ダウンライト、スポットライト、ライン照明（コイズミ照明、DNライティング、大光電機、パナソニック）

左／店内をキッチンカウンター方向に見通す。右奥はラジオスタジオ。各機能を小屋状の箱に分けて配置することで、街の延長のように使われることを意図している　右上／本とレンタルボックス用の棚方向に見る。置かれるものが映えるように、白と木を基調としながらも、各小屋の杉板の貼り方を変えることで変化を付けている　右下／店内からベンチ方向を見る。外から店内が、店内から街の様子が見えるよう開口部を大きく設けている

PLAN 1：150

ベンチ部 部分展開・断面図 1：50

壁一面に広がる内照式コーヒー袋

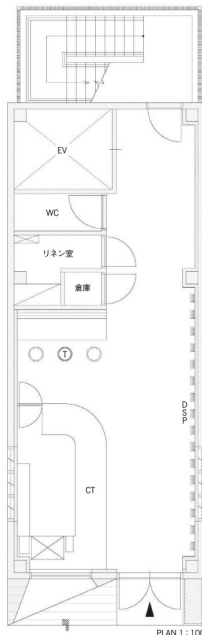
coffee stand TENGACHA

COFFEE STAND TENGACHA, Osaka
Designer Akitoshi Imafuku / supermaniac

大阪府大阪市西成区潮路１丁目1-23 Bijou Suites１階
デザインディレクション／スーパーマニアック　今福彰俊
設計／スーパーマニアック　鈴木庸亮
施工／EHプランニング
撮影／志摩大輔

ファサード。開口部と一体化したベンチ席を設けている。その先には、「% Arabica」のオリジナルブレンドのコーヒー豆を使用するエスプレッソマシン「Slayer」が見える

Bijou Suites
GA
CHA

上／店内をエントランス方向に見返す。カウンターをモルタルで仕上げたシンプルな空間に、訪れた人々の記憶に残るディスプレイとして、照明を仕込んだコーヒー袋を連続させている　下／コーヒー袋に25W相当のミニクリプトン形LED電球を仕込んでいる

シンプルな空間にインパクトを残す

大阪・天下茶屋は、大阪弁で言うところの「ベタな場所」で、人情味に溢れ下町情緒のある町です。近年、インバウンドに対応する宿泊地として活用され、その姿は急激に変わりつつあります。そんな地域にそっとオープンしたのが、「coffee stand TENGACHA（コーヒースタンドテンガチャ）」です。

このカフェの上階には、訪日外国人をターゲットにしたホステルがあります。「宿泊される方々や地域の人々に、ほんの少しお洒落で、それでいて気軽に過ごせる場所を提供したい」というクライアントの要望に応える空間に仕上げました。

またクライアントは、「こだわりの豆を仕入れ、徹底的に本格志向なコーヒーを提供したい」とも考えていました。そこで、いかにコーヒーという商品を際立たせるかを大前提に考え、あえてシンプルなデザインとしています。ただし、外国人観光客に旅の思い出を提供するという意味も込めて、人々の記憶に残るようなインパクトづくりについても同時に考察しました。

カウンターはモルタルのみの佇まいとしつつも、壁面ディスプレイはコーヒー袋に照明を仕込み、その袋を連続体で光らせています。こうして、シンプルでありながらも、人々の記憶に残るデザインになったと思います。

〈鈴木庸亮／スーパーマニアック〉

「コーヒースタンド テンガチャ」data

工事種別：内外装　新築
床面積：43㎡（うち厨房8.6㎡）
工期：2019年6月15日～7月15日

営業内容

開店：2019年7月28日
営業時間：午前9時～午後8時
定休日：不定休
電話：（06）6690-0701
経営者：㈱AIコーポレーション　倉岡 陸
従業員：バリスタ6人　カウンター1人　合計7人（うちパート・アルバイト5人）
客席数：9席
客単価：500円
主なメニューと単価：カフェラテ（ホット／アイス）／R500　L550　ドリップコーヒー（ホット／アイス）450　エスプレッソ350　エスプレッソマキアタ400　レモネード（スティル）／R400　L450　レモネード（スパークリング）／R450　L500

主な仕上げ材料

外壁：樹脂系複層仕上げ材（ジョリパットインフィニティ／アイカ工業）漆喰仕上げ　セランガンバツ材貼り（ABC商会）
床：モルタル金ゴテ押さえ防塵塗装
壁：LGS組みPB下地AEP　不燃パネルツヤ消し仕上げ（リアルパネル ナララスティック／ニッシンイクス）
天井：LGS組みPB下地AEP
什器：カウンター／木下地左官材仕上げ（モールテックスBM60 MAKALA LIGHT／ビール・インターナショナル）の上ニス系保護材ツヤ消し仕上げ（ポリタン N120／ビール・インターナショナル）　ディスプレイ棚／クリアガラス
照明器具：コーヒー袋型ライト／ミニクリプトン形LED電球25W相当

神奈川・横浜の工業地域に開業した「堀口珈琲 横浜ロースタリー」は、スペシャルティーコーヒーの専門店「堀口珈琲」が展開する、焙煎に特化したロースタリーである。切妻屋根は、工業地域にはない家のような佇まい

住宅のようなスケール感と自然光で焙煎工場を開放的に演出

HORIGUCHI COFFEE
YOKOHAMA ROASTERY

HORIGUCHI COFFEE YOKOHAMA ROASTERY
Designer Akio Takatsuka / architecture atelier akio takatsuka

神奈川県横浜市中区新山下3丁目11-42

企画・プロデュース／創造系不動産
設計／aaat 高塚章夫建築設計事務所　高塚章夫
協力／ブランディング・サインデザイン　エイトブランディングデザイン
構造計画（基本）　小山直文構造設計事務所　照明計画　岡安泉照明設計事務所
施工／三和建設　イノウエインダストリィズ
撮影／中村 絵

職人的モノづくりを支える質の高い生活環境

スペシャルティーコーヒーの専門店「堀口珈琲」の焙煎工場。敷地は横浜本牧ふ頭の入り口付近、周囲にはコンテナヤードが立ち並ぶ。輸入された原料を受領・加工・出荷する上で最も好都合な立地であると同時に、倉庫街と市街地のちょうど間に位置する。工場建築、とりわけ食品工場は性能・コスト・工期・衛生管理の徹底が求められる。こうした制約をむしろ生かす三つのデザインを考えた。

1.モノのための工場のデザイン

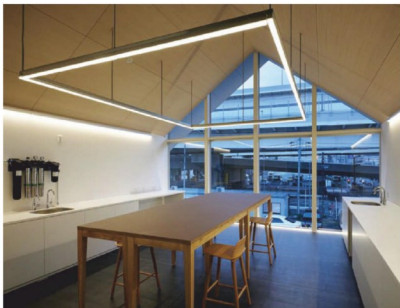
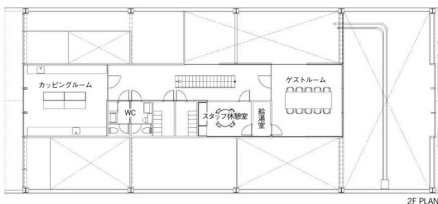
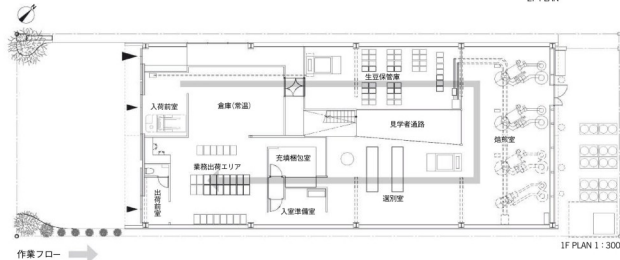
工場建築はモノの流れでおよそプランニングが決まる。そこで、在来工法や流通部材を使いながら、大きな切妻屋根を持つ平屋とした。屋根裏にあたる大空間を連続させ、1階の吹き抜けとしたり2階の床として使い分けたりすることで、断面の変化に富む空間が生まれ、製造空間の流動性を保ちながら、付加的な居住空間をつくり出すことが可能となった。

2.ヒトのための工場のデザイン

工場では製造工程の大半が機械化され、焙煎の再現性と生産性が大幅に向上する。しかしコーヒーに限って言うと最後に味を決定付けるのは熟練した焙煎士（ロースター）の目や手、舌などの五感によるところが大きい。こうした職人的モノづくりを維持向上するために、質の高い居住環境が必要だと考えた。食品の品質を維持するため通常窓が制限される中で、大きな高窓を採用した。この高窓から差し込んだ自然光は、建物全体を覆う連続する天井面を伝って奥の部屋まで柔らかく届く。また衛生区画を可能な限りガラスで仕切ることで互いの視線が抜けるよう演出。随所に設けられた吹き抜けも手伝って、外部にもつながる、広がりを感じられる内部空間を生み出した。

3.まち並みのデザイン

この工場が建つ場所と佇まいは、これまでにない都市景観をつくり出した。明るく開放的な特徴を持つファサードは、堀口珈琲ブランドの思想を象徴する。また、家のような切妻屋根と大窓から漏れる光が街路を照らし、ひと気のなかったエリアに安心感とささやかなにぎわいを醸成するのに一役買っている。この焙煎工場を境に、まったく性格の異なる二つの地域の境界が和らいで、人とモノの新たなつながりが生まれることを期待している。　〈高塚章夫〉

1階の焙煎室。これまで店舗で焙煎していた豆を工場生産とすることで、品質を保つことを意図した。中央部には見学者通路があり、月に数回、一般客を対象にした見学会が開催され、生豆保管庫や選別室、焙煎室を見ることができる

左／焙煎機。トップライトから差し込む自然光が、天井面を伝って建物全体に広がる　右／焙煎やブレンドした豆の味を確かめる2階のカッピングルーム

「堀口珈琲 横浜ロースタリー」data

工事種別：一戸建て　新築
用途地域地区：準工業地域
建ぺい率：実効59.98％<制限60％
容積率：実効77.68％<制限200％
構造と規模：S造　地上2階建て
敷地面積：643.46㎡
建築面積：385.95㎡
床面積：499.80㎡（うち厨房140.36㎡）／1階379.85㎡　2階119.95㎡
工期：2018年8月8日〜2019年2月5日
施工協力：空調、給排水衛生設備／太平エンジニアリング　電気設備、照明器具／オリオン電業社　厨房設備／富士珈機　家具／インターオフィス　什器／イノウエインダストリィズ　サイン／ジャックスクリーン

営業内容

開業：2019年3月25日
経営者：㈱堀口珈琲　伊藤亮太
従業員：62人
主な業務内容：コーヒー生豆の販売・焙煎加工、コーヒー焙煎豆の販売、喫茶店の運営
施設用途：堀口珈琲のコーヒー豆焙煎所。焙煎を中心に生豆の選別や一時保管、焙煎豆の選別や包装、出荷などを行う。月に数回、製造工程の見学会を実施。

主な仕上げ材料

屋根：アスファルトルーフィング下地ガルバリウム鋼板　野地板／耐水合板
外壁：アスファルトフェルト下地ガルバリウム鋼板　耐水PB
サイン：LEDバックチャンネルサイン
床：土間コンクリート表面強化剤　長尺塩ビシート
幅木：アルミ幅木　ソフト幅木
壁：LGS組みPB下地ケイカル板貼り　フレキシブルボード貼り　AEP　クロス貼り
天井：LGS組み不燃ラワン合板貼り　PB下地素地
家具：チェア、スツール（ファイバーアームチェア、ビズ バースツール／muuto）
什器：カッピングテーブル、ミーティングテーブル／ホワイトバーチ＋リノリウム
照明器具：LED照明

運営状況に応じてレイアウトが変化する テイスティングバー併設焙煎所

Single O Japan

Roastery & Tasting Bar SINGLE O JAPAN, Tokyo
Designer Keita Suzuki + Yumi Kitahata / STUDIO DOUGHNUTS

東京都墨田区亀沢2丁目23-2
設計／スタジオドーナツ　鈴木恵太　北畑裕未
施工／QUIET SPACE TOOL & FURNITURE（什器）
撮影／森田大貴

フレキシビリティーを持った インダストリアルな可動式什器

オーストラリア・シドニーのサリーヒルズに本拠地を置くカフェ「Single O（シングルオー）」。その日本での焙煎所「Single O Japan」のテイスティングバー開設のプロジェクトです。当時、既に焙煎所として稼働しており、建物の半分は豆などの倉庫スペース、もう半分は焙煎所となっていました。要望は、倉庫スペースの一部をテイスティングコーナーとして使いたいということ。

当初は、カウンター数席で、実際にお客さんにテイスティングをしてもらうことを想定していました。しかし、これまで行ってきた焙煎から発送までの業務や、カッピングや大会といったイベント開催も行いたいということから、フレキシビリティーが必要でした。そこで、可動式の什器・家具をデザイン。デザイン面では、本国のシングルオーに通じるインダストリアルな雰囲気が求められました。

コスト的な制約もあったため、なるべく簡易的な構造を目指しています。カウンターは、ハシゴ型のスチールフレームに対し、ブレースと棚板を入れることで、構造を完成させました。そこに、キャンバス生地にワックス加工を施し、三方を囲うことで、インダストリアルな雰囲気を演出しています。さびの浮いたスチール製天板のテクスチャーは、酸化被膜されている日本の黒皮スチールでは、本国のものと比べると綺麗になり過ぎたため、酸素系薬剤を塗布して被膜を剥がし、実際にさびをつくっています。

〈鈴木恵太、北畑裕未／文責編集部〉

東京・両国の住宅街に位置する「Single O Japan（シングルオー ジャパン）」。焙煎所からスタートした同店は、同ブランドの豆で淹れたコーヒーを楽しめるテイスティングバーを2017年にスタート。それまで行われていた焙煎業務も引き続き行えるよう、什器は全て可動式としている。植栽の入ったベンチ席は、セランガンバツ材で制作した

Barista's comment

シドニーの味を日本へつなぐ焙煎所＆テイスティングバー

Single O Japan バリスタ・成沢勇佑さん

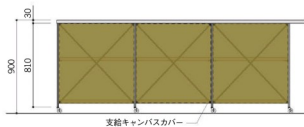
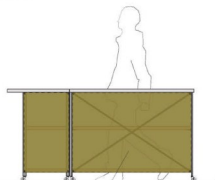
私たち、「Single O」は、オーストラリア・シドニーに本拠地を置く、コーヒーロースターです。日本で代表を務める山本酉が現地で働いていた際、「この美味しいコーヒーを日本にも届けたい」という思いがきっかけとなり、日本で発足することとなりました。しかし、本国側に指摘されたのは、シドニーから豆を届けるのではなく、日本で「Single O」として豆を焙煎し、届ける必要があるということ。そこで、まずは焙煎所をつくるところから始めました。

焙煎所は2014年にオープンしました。焙煎機は1950年代のドイツ、プロバット社製のものを使用しています。現代の焙煎機より鉄の純度が高く、より均質な火入れができるためです。やがて、焙煎した豆を取り扱ってくれる店舗は増え始めました。しかし、カフェの関係者だけでなく、近隣の人にも私たちの味を直接楽しんで欲しいと思うようになり、そこで2年前から「テイスティングバー」を始めたのです。

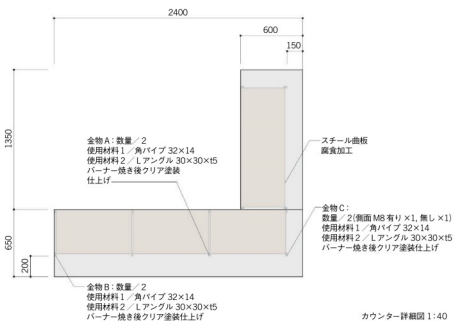
その思いも通じてか、毎週学校であったことを報告してくれる小学生や、近隣に住むおじいちゃん、おばあちゃんまで色々な世代の方、また海外の方にも来て頂いています。

〈談／編集部〉

左／エントランスから、焙煎所方向を見る。工務店として利用されていた建物の床、壁、天井をそのまま利用している。左手のパレットには生豆が並べられる　右／可動式のカウンター什器。ハシゴ型のスチールフレームに対し、ブレース、棚板を入れることで、構造として成立させた。そこにオイル仕上げを施したキャンバス生地を貼ることでインダストリアルな雰囲気を演出した

可動カウンター スケッチ

カウンター展開図 1：40

左／エントランス脇の棚。ブランドカラーのオレンジ色をアクセントに加えた　右／オーナー支給の紙コップケースは、オーストラリア・シドニーの「Single O」でも使用されているもの

PLAN 1：150

カウンター詳細図 1：40

「シングルオー ジャパン」data

工事種別：内装のみ　部分改装
床面積：約80㎡
工期：2016年9月〜2017年3月

営業内容

開店：2017年7月15日
営業時間：テイスティングバー／午前10時〜午後6時（月曜日は午前8時〜午後4時まで。月曜日が祝日の場合、午前10時〜午後6時まで）
定休日：テイスティングバー／火〜金曜日
電話：（03）6240-4455
経営者：Single O Japan　山本 酉
従業員：2、3人
客席数：15席
主なメニューと単価：エスプレッソ／ブラック レザボアブレンド400　ミルクコーヒー450　ドリップコーヒー500　エアロプレス500

主な仕上げ材料

床・天井：既存
壁：既存の上AEP
家具：カウンター／角パイプバーナー焼きクリア塗装＋キャンバス生地ワックス加工張り　ベンチ／セランガンバツ材オイル仕上げ

572個の竹籠が奥へと導く“竹の洞窟”

koe donuts kyoto

Cafe KOE DONUTS KYOTO
Designer KENGO KUMA AND ASSOCIATES

京都府京都市中京区新京極通四条上ル中之町557 松竹坂井座ビル1階

設計／隈研吾建築都市設計事務所　隈 研吾　横尾 実　横井智行
協力／ブランディング・アートディレクション　artless Inc.　川上シュン
　　　グラフィックデザイン　artless Inc.　稲垣小雪　植野かなこ
　　　イラスト　長場 雄
施工／ボスコ

撮影／川澄・小林研二写真事務所

ファッションブランドのコエが手掛けるドーナツファクトリー。天井に配された572個の竹籠と雁行する空間が、訪れた人を奥へと導く。嵐山の竹による六つ編みの籠とライティングを組み合わせ、“竹の洞窟”をつくり出した

竹籠と多様な空間がつくり出す自然の洞窟のようなランダムネス

京都の経済や観光の中心に位置するアーケード、新京極通りに沿って立つ、「和」をテーマにした体験型のドーナツファクトリー。身体にも環境にも配慮したエシカルなメニューを提供するドーナツ店に、京都・嵐山の竹を用いた「竹の洞窟」を創造した。

京都の町屋にヒントを得た奥行きの長い空間に、厨房と客席を並列に配置し、それらをカウンターを挟んで一体の空間として計画。ドーナツを味わいながら、粉の製造からでき上がりまで全ての工程を目の前で体験できる「ファクトリー」になっている。また、奥へと延びていくにつれて、雁行しながら場所ごとに空間を変化させることで、訪れる観光客や地元住民、ビジネスマン、学生などのさまざまなシーンに寄り添い、受け入れることができる多様性のある空間をつくった。

空間を包み込む竹籠は、京都の竹細工師「竹定商店」とコラボレーションしたもの。伝統的な六つ目編みの技術でつくった竹籠572個を、特別に開発したフレキシブルジョイントで下地に取り付け、奥行きを微かに変化させることで、自然の洞窟のようなランダムネスをつくり、空間の変化を更に豊かなものとした。柔らかで心を癒やす「竹の洞窟」が、新旧混ざり合う新京極通の街の活気や和の表情と連続しながら、この場所にしかない心地の良い居場所となることを目指した。〈隈 研吾〉

PLAN 1 : 300

左／エントランス方向に見返す。客席と厨房が並列するよう計画しており、厨房沿いのカウンター席では、全製造工程を見ることができる。ブランドコンセプトであるエシカルを表現している　右上／店内奥のソファ席。点在するネオンサインのイラストは長場雄氏による　右下／ファサード。グラフィックやパッケージのデザインは、アートレスの川上シュン氏が手掛けた

竹籠 詳細図 1：10

客室エリア SECTION 1：100

「コエドーナツ京都」data

工事種別：内装のみ　全面改装
床面積：416.5㎡（うち厨房124.4㎡）
工期：2018年11月15日〜2019年3月18日

営業内容

開店：2019年3月21日　営業時間：午前8時〜午後8時
定休日：なし　電話：(075) 748-1162
経営者：㈱ストライプインターナショナル
従業員数：サービス5人　厨房5人　合計10人
客席数：65席
主なメニューと単価：ドーナツメルト ストロベリー850　コエドーナツ プレーン200　チーズタピオカティー各種680〜

主な仕上げ材料

サイン：LEDネオンチューブ
床：繊維補強モルタル金ゴテ押さえの上ウレタン塗装
壁：モルタル金ゴテ押さえ
天井：既存スケルトン＋竹籠照明吊り　一部ケイカル板t6AEP
什器：テーブル、カウンター、什器天板／ホワイトアッシュ集成材

京都の現代アートシーンに囲まれて
非日常を味わうカフェ

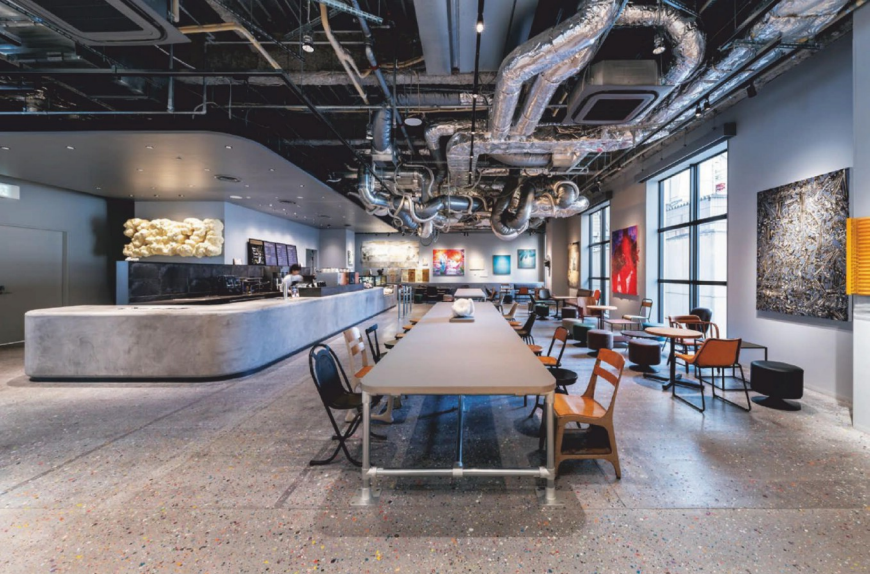
STARBUCKS COFFEE
京都BAL店

Cafe STARBUCKS COFFEE KYOTO BAL
Designer SANDWICH ＋ STARBUCKS COFFEE JAPAN

京都府京都市中京区河原町通三条下ル山崎町251 京都BAL3階

アートディレクション／名和晃平
設計／SANDWICH 榎 仁実
スターバックス コーヒー ジャパン 中川拓真 大野智彦 橋本玲奈
協力／照明計画 プラス・ワイ 安原正樹 家具 アルク
作品設置 スーパー・ファクトリー
ドリッピングドローイング ULTRA SANDWICH PROJECT#14
施工／サイクエスト

撮影／表 恒匡

共用通路からカウンター方向に見通す。コンセプトは「若手アーティストたちの共同アトリエ」で、店内には彫刻家の名和晃平氏率いるSANDWICHディレクションの下、アート作品が散りばめられている。エントランスのディスプレイテーブルには、田村琢郎氏によるアスファルトを樹脂で固めてロゴを入れた立体作品「Every road leads to Starbucks」などが配された

単管パイプを脚としたビッグテーブルが中央に据えられた。天井面の配管ダクトの一部は、古田充氏によるアート作品「lifeline」。床面のドリッピングドローイングは、名和晃平氏が教授を務める京都造形芸術大学の授業の一環として、学生と共に描いていった

個性と創作跡が集まった「若手アーティストたちの共同アトリエ」

「スターバックス コーヒー 京都BAL店」は、周囲に複数の美術大学があり、若手アーティストが数多く活動する京都のコンテンポラリー・アートシーンにフォーカスした。スターバックスの店舗設計チームとSANDWICHが協業し、SANDWICHが空間のアートディレクションと、若手作家とスターバックスをつなぐコーディネーションを担当。参加アーティストは約30名。内装は、共同アトリエのような個性の集まりと、自由で混沌とした雰囲気を目指し、これまでにないスターバックスが誕生した。

「若手アーティストたちの共同アトリエ」をコンセプトに、ライトグレーを基調とした空間の随所に個性溢れるアート作品が80点程並ぶ。店舗の入り口は、パブリックエリアとの境界をあえてあいまいにすることで、訪れた人々が日常から非日常の空間へと自然と入り込めるようにしている。京都造形芸術大学の学生たちとワークショップ形式で施した床のドリッピングドローイングが、共同アトリエのような雰囲気を醸している。また、アーティストたちがどこかから拾ってきたかのような、個性豊かな家具が集まって店内をにぎわしている。更に、客席の大きな窓からは、ウォールアートのようなスターバックス創業時に使用していたロゴマークを見ることができる。このロゴマークは、スターバックスの歴史と共に、伝統と革新を大切にする京都の文化や人々の思いに敬意を払い、この場所のアイコニックな存在となる。

京都BAL店では、これまでのスターバックスのフォーマットを取り払い、ここがカフェなのか、またはアートギャラリーなのかという非日常の中で、コーヒーの香りと共に感性や感覚を揺さぶられるような刺激に包まれる空間構成としている。〈SANDWICH＋STARBUCKS COFFEE JAPAN〉

「スターバックス コーヒー 京都バル店」data

工事種別：内装のみ　全面改装
床面積：284.29㎡（うち厨房55㎡）
工期：2019年2月1日〜3月12日

営業内容

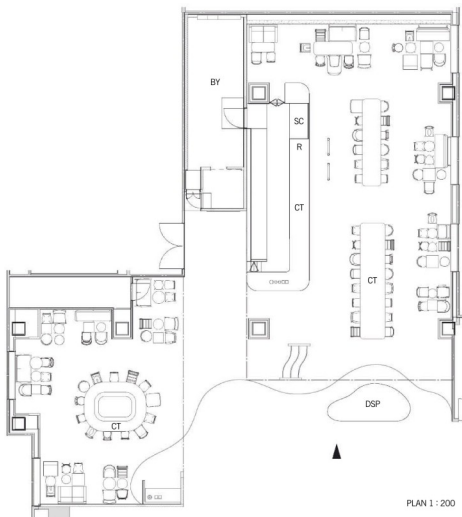
開店：2019年3月20日
営業時間：午前11時〜午後8時
定休日：不定休
電話：（075）746-6710
経営者：スターバックス コーヒー ジャパン㈱
従業員数：約6人
客席数：114席
主なメニューと単価：スターバックス ラテ トールサイズ380　ドリップ コーヒー トールサイズ330　抹茶 クリームフラペチーノ®490　チョコレートチャンクスコーン250

主な仕上げ材料

サイン：STt4.5焼き付け塗装　外壁ロゴ／ウレタン樹脂塗料（一液ファインウレタン G15-20B／日本ペイント）
床：既存モルタル下地コンクリート用ステイン塗料塗布（アクアカラー／アシュフォードジャパン）の上エイジングペイント　バー／リノリウムシート貼り（アームストロング リノリウム／ABC商会）
壁：PBt12.5下地AEP　バー／コンパネt12組みリサイクル内装ボード貼り（SOLIDO typeM FLAT 鉄黒／ケイミュー）
天井：スケルトン　PBt12.5下地AEP
什器：バーカウンター／シナ合板下地モルタル薄塗り（モールテックス／ビール・インターナショナル）　ビックテーブル／天板・合板t20+t18の上リノリウム仕上げ（ファニチャーリノリウム 4132 ash／Forbo）　脚・単管パイプφ48.6　エントランスアートステージ／シナ合板下地モールテックス仕上げ
照明器具：スポットライト（大光電機）

左上／開口部からは、京都BALの外装に描かれた、スターバックス創業時のロゴが見える。左手のアートは家田美香氏が描いた「OSCA180901」、右手は神馬啓佑氏による「untitled（wood）」。アート作品は購入することも可能　左下／店内最奥の客席。さまざまなデザインのイスは、アンティークも混ざっている　右／エントランス左手のラウンドカウンター周り

参加アーティスト

・飯田美穂
・家田実香
・今西真也
・大西芽布
・小笠原　周
・小野功太郎
・鎌田顕吉
・川上幸子
・工藤玲那
・黒坂　祐
・小谷くるみ
・小林　椋
・三枝由季
・品川美香
・新宅加奈子
・神馬啓佑
・油野愛子
・高野浩揮
・田村琢郎
・DAISAK
・仲　衿香
・中村ヒカル
・野村絵梨
・花井凌我
・春田紗良
・藤元　明
・古田　充
・星　拳五
・米村優人
・八木恵梨

ガチャガチャから始まる本格的なセルフコーヒー

GACHA GACHA COFFEE

Cafe GACHA GACHA COFFEE, Tokyo
Designer Oki Sato / nendo

東京都港区六本木6丁目10-1 六本木ヒルズ森タワー52階
東京シティビュー スカイギャラリー3

設計／nendo 佐藤オオキ
施工／つむら工芸

撮影／太田拓実（P.120、121） 吉田明広（P.122）

GACHA
GACHA
COFFEE
BY MARUYAMA COFFEE

お客様にもスタッフにも心地良い時間を提供する

カフェを運営する上で、充分な育成期間や人材コストをかけられず、サービスの質の低下を招き、客離れを進行させてしまうケースが少なくない。この問題に対して、テクノロジーを駆使した無人店舗化によって解消する選択肢がある一方で、アナログな要素を組み合わせたセルフ方式のカフェ業態をデザインすることにした。

東京・六本木ヒルズの展望台「東京シティビュー」内のカフェスペースに足を踏み入れると、まず迎えてくれるのが整然と並んだガチャガチャマシンだ。500円玉を入れ、1杯分のコーヒー豆が入ったカプセルを購入する。豆は、ガチャガチャごとに異なる種類が入っており、中には希少性の高い「シークレット」なものを含むミックスバージョンも用意。小さなワクワク感と共に、未知のフレーバーとの出合いが待っている。

購入した豆をお客様自らの手でグラインダーに入れると、挽き終わった状態でドリッパーに収まる。そのドリッパーとカップを抽出機にセット。ボタンを押すと、コーヒーが抽出される。コーヒー豆の選定や焙煎、グラインダーや抽出機のセッティングなどは、全て軽井沢のコーヒー専門店「丸山珈琲」によるものだ。「挽きたて」「淹れたて」のドリップコーヒーの本格的な味わいや香りを存分に楽しめる。

オペレーションの簡略化により、スタッフはお客様とのコミュニケーションに時間を割けるようになる。また、お客様もコーヒーづくりに参加することで、手持ち無沙汰な待ち時間に対するストレスが緩和されるのも、大きな特徴である。つまり、完全な無人化が目的なのではなく、お客様にもスタッフにも心地良い時間を過ごしてもらうことが目的なのである。

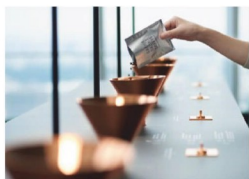
〈佐藤オオキ／nendo〉

六本木ヒルズの展望台「東京シティビュー」内に計画された。手前からガチャガチャ、グラインダー、抽出機のカウンターが並び、客は、スタッフの説明を受けながらコーヒーを完成させていく。セルフ形式のカフェではあるが、手間をデザインすることで、完成までの時間を豊かなものにすることを意図した

カフェをガチャガチャ越しに開口部方向へ見返す。開口部に沿って、ハイチェア席が用意された。店内の照明器具は、2013年にnendoがデザインし、スウェーデンの照明メーカー・ウェストベリから発表した「w132」を使用している

GACHA GACHA COFFEEの楽しみ方

1.ガチャガチャを回す

ガチャガチャに500円玉を入れ、つまみを回すと、1杯分のコーヒー豆が入ったカプセルが出てくる。ガチャガチャごとに豆の種類は異なるが、1台だけ貴重な「シークレット」を含むミックスバージョンを用意している。

2.豆を挽く

漏斗に豆を入れ、手前のトグルスイッチのレバーを倒すと、グラインドが始まる。挽き終わった豆は、下部にセットされたドリッパーへと自動的に落ちていく。ドリッパーの設置箇所は柔らかく明滅を繰り返し、客にその存在を気づかせる。

3.コーヒーを抽出する

ドリッパーを金属製のアームにセットして、スリーブと一体化したカップを真下に置く。抽出コースを選んでスタートボタンを押すと、約1～3分でコーヒーが抽出される。使用済みのドリッパーは、アームと同様に上から吊られたレーンに載せることで、重みによってゆっくりとゴミ箱へ落ちていく。

「ガチャガチャコーヒー」data

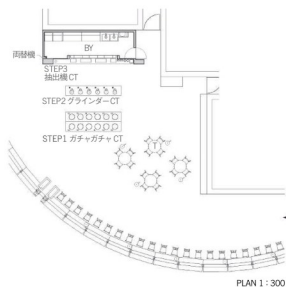
工事種別：内装のみ　部分改装
床面積：185㎡
工期：2019年9月26日～10月1日

営業内容

開店：2019年10月4日
営業時間：午前10時～午後10時
定休日：なし
経営者：森ビル㈱
従業員：サービス1人　厨房1人　合計2人
客席数：38席／テーブル席16席　ハイチェア席22席
客単価：500円
客回転数：300～400杯
メニューと単価：セルフコーヒー6種各500

主な仕上げ材料

サイン：LEDネオン　正面発光LED
家具：テーブル、イス／オーク材染色UC（blade／関家具）
什器：銅板HLクリア塗装　メラミン化粧板貼り（TK-6400K／アイカ工業）
照明器具：テーブル、フロアランプ（w132／wästberg）

Cafe & Coffee Stand
カフェ特集記事

デザイナーが考える

カフェの体験価値を上げるグラフィックのつくり方

カフェを訪れる人々は、空間やサービスを享受するにあたって、無意識にグラフィックを通して情報を得ている。グラフィックは、ロゴやサイン、メニュー、アメニティー、グッズなどさまざまな場所に介在し、カフェの世界観を広げていく。「GACHA GACHA COFFEE」(P.120)及び「koé donuts kyoto」(P.117)を例に、カフェの体験価値を豊かにするグラフィックデザインについて探っていく。

取材・文/難波工乙
撮影/堀口宏明(ポートレート) 吉田明広(P.123〜125、特記除く)
川澄・小林研二写真事務所(P.126〜128、特記除く)

Part. 1

GACHA GACHA COFFEE (P.120)

竹内　円さん
nendo

カフェ業態の新たな利用方法についてグラフィカルに説明し、世界観に引き込んでいく

竹内円さん。nendoでは、ラグビーワールドカップをテーマにしたスクラム型水引のブローチ(右上)など、グラフィックデザインに携わってきた

ロゴのデザインを軸にグラフィックを展開する

10月4日、東京の観光名所の一つである「六本木ヒルズ」の展望台に「GACHA GACHA COFFEE(ガチャガチャコーヒー)」がオープンした。nendoがプロデュース及び設計を手掛ける、セルフ業態のコーヒー専門店である。代表の佐藤オオキさんは、かねてよりカフェ業界の現状について、「店舗数に対して、コーヒー豆や淹れ方、サービスなどの確かな知識を持ち合わせた人材が足りていないのでは?」と感じていた。通常、スタッフの業務の流れは、客とのコミュニケーションから始まり、オーダー、会計、コーヒーづくり、提供、清掃及びメンテナンスとなる。当然、その分の手間と人員が必要で、同時に、客にはさまざまな場面で待ち時間が発生する。

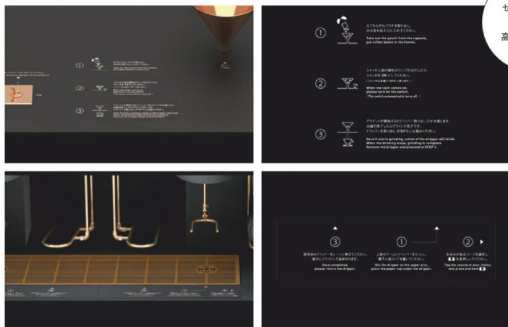
これらの課題を解決するため、佐藤さんが提示した答えが、ガチャガチャコーヒーだった。客が自ら豆を取り出してグラインドし、ドリップする。これにより、スタッフは接客のコミュニケーションに注力でき、客も待ち時間を能動的に楽しめるという仕掛けだ。

物件及び実質的な経営者が決まり、ガチャガチャコーヒーを具現化するにあたって、佐藤さんを始め、社内プロジェクトマネジャーの奥山美穂さん、空間およびプロダクトデザイナーの友常由貴子さんらでチームを結成。佐藤さんが描いたスケッチを基に、コンセプトの具現化を進めていった。そして、グラフィックデザイナーとして参画したのが、化粧品や菓子類のパッケージやロゴをはじめ、最近ではラグビーワールドカップをテーマにしたスクラム型水引のブローチなどで、グラフィックデザインに携わってきた竹内円さんである。竹内さんは、「ガチャガチャコーヒーは、グラフィックが空間に展開されるという点で、私にとって初めての体験でした。まずはロゴからデザインし始めました」と振り返る。

「既に佐藤の中で、最新のコーヒーマシンとレトロなガチャガチャの融合から、ネオン管のような一筆書きにするというロゴのイメージが固まっていました。フォント『DIN』をベースに、細部に手を加えて現在のロゴに仕上げています。一筆書きは、他のサインやピクトでも徹底

LOGO

最新のコーヒーマシンとレトロなガチャガチャを融合したカフェを、ネオン管の一筆書きで表現。フォント「DIN」をベースに、細部に手を加えて仕上げている。今回は、全てのグラフィックデザインをロゴから始めており、「一筆書き」のルールをサインやピクトでも反映していった

SIGN

カフェの利用方法を説明するサインは、什器を黒い面で構成していく空間デザイナーの意図を踏まえ、白いピクトと文字でメリハリをつけつつ、最小限に抑えて表現した。美しさや耐久性を考慮して、シルク印刷で仕上げた。カウンター2（上CG2点）のサインは、海外からの観光客に対応するため、英語及びピクトを併記。ピクトにも一筆書きを徹底している。カウンター3（下CG2点）では、ホルダー自体がピクトの役割も果たしているので、サインは日本語と英語だけで構成した

しました。ロゴのデザインから始められたことで、そのルールに沿ってさまざまなグラフィックを展開していく道筋ができたので、ありがたかったです」

空間の意図を反映した
グラフィックデザイン

店内は、三つのカウンターで構成されている。ガチャガチャが並ぶカウンター1。漏斗に豆を入れてグラインドし、ドリッパーへと移すカウンター2。そして、カップへとコーヒーを抽出するカウンター3である。全体的にすっきりとした印象を与えながらも、必要なサインやピクトが的確に散りばめられている。これらをデザインする上で、竹内さんは、「プロジェクトマネジャーと空間デザイナー、グラフィックデザイナーが一体となって最適解を導き出していった」と語る。

「既存のカフェとはまったく異なる業態のため、工場で実寸の模型をつくり、ユーザー目線で実際に立って動き、空間デザイナーと相談しながら、一つひとつ場所やスケール感を詰めていきました。またコーヒー豆やレシピは、軽井沢の『丸山珈琲』が提供しています。セルフでありながらも本格感や高級感を表現することもテーマとしていたので、カウンター1ではガチャガチャの本体を黒に、ハンドル部をブロンズに塗装しました。カウンター2では、漏斗マシン6台に対して、マシン間の3カ所に説明を集約することで黒い面を広く取り、サイン周りをすっきりとさせています。カウンター3では、ドリッパーホルダーに間違えてカップを置いてしまうことが懸念されたので、ホルダーをU字型に変更しました。ホルダー自体がピクトの役割も果たしているので、サインは日本語と英語の文字だけで表現しています。それぞれのサインは、黒い面に白のピクトと文字でメリハリをつけると共に、美しさや耐久性を考慮してシル

APPLICATION & GOODS

グラフィックを施したアプリケーションやグッズは、カプセルやカップだけでなく、マドラーやシュガースティック、ユニフォームにまで及ぶ（上、下左）。それぞれの具現化には、プロダクトデザイナーとしての強いこだわりを発揮。カプセル（下右）は、理想とする球体を実現するため、金型を起こしている。色の指定は、塗装したサンプルを提示することで、イメージに近付けていった。サンプルの提示というアプローチは、空間デザインを担当した友常由貴子さんとの相談で気付いたアイデアだ。普段はカラーガイドのナンバーを利用する竹内さんにとって、新鮮な試みだったと言う

ク印刷で仕上げました」

グラフィックデザイナーの視点でこだわり抜く

グラフィックの考え方は、豆の入ったコーヒーパウチや、ガチャガチャのカプセル、ナプキン、スリーブと一体化した二重カップ、スティックシュガー、マドラー、エプロン、テイクアウト用の手提げ袋、ユニフォームのエプロンに至るまで、さまざまなアプリケーションに徹底されている。

「最も苦労したのはカプセルです。球体にこだわり、金型からつくり上げました。色は薄いミルクコーヒーのような特色を指定。文字を2カ所にパット印刷しています」

カプセルは形や色、印刷などの試作を5カ月で5回も行い、完成へと至っている。竹内さんがグラフィックデザイナーだからこそ、そこまでこだわることができたと言えるだろう。また、竹内さんが「プラスチック素材の色指定は、友常さんからアドバイスをもらうことで実現できました」と語るように、空間と一体化した進行により、空間に求められるグラフィックデザインのブラッシュアップが可能になった。

ガチャガチャコーヒーは、nendoが自らのやりたいことを全て形にしていくプロジェクトであり、コストコントロールで葛藤する部分が少なからずあった。それでもコンセプトを貫き通すことで、結果的には予想以上の反響を呼び、コーヒー豆や備品の注文ロット数を増やすなど、コストの削減につなげられたと言う。

更には、オフィスや自動車ディーラー、空港ラウンジなどへの展開も計画している。本格感や高級感、そして、一見するとそれらとは相反するガチャガチャやセルフサービスが持つカジュアル感。ガチャガチャコーヒーは、空間デザインとグラフィックデザインとの妥協点を模索するのではなく、協働することで双方を融合できた好例だと言えるだろう。

koe donuts kyoto (P.117)

川上シュンさん
artless Inc.

美しさとビジネス戦略を兼ね備えたグラフィックデザイン

川上シュンさん。自身が設計及び経営を手掛ける「artless craft tea & coffee（アートレスクラフトティー＆コーヒー）」（増刊『good design cafe vol.2』参照）にて

グラフィックを通して ブランドを表現する

3月21日、京都・新京極にドーナツ店「koe donuts kyoto（コエ ドーナツ 京都）」がオープンした。ストライプインターナショナルが展開するライフスタイルブランド「koe（コエ）」のブランドコンセプト「new basic for new culture」を体現する場として、「hotel koe tokyo（ホテル コエ トーキョー）」（18年6月号）に続くプロジェクトである。コエのブランディング及びアートディレクション、グラフィックデザインを手掛ける川上シュンさん（artless Inc.）は、「ホテル コエ トーキョーを開業する頃には、既に京都での新業態の出店計画がありました」と語る。

「コエは、ライフスタイル全般を通して消費者にアプローチするブランドです。毎回、新規事業開発の会議に参加しており、ドーナツ店という業態は開業から1年程前に決まりました。コエ ドーナツには、ストライプインターナショナル代表の石川康晴さんのビジネス哲学である『エシカル＝倫理的』を踏襲する表現がなされています。自社の養鶏場で生産した卵など、『オーガニック』『天然由来』『地産地消』という三つのキーワードで食材を選び、店舗内の工場でつくったドーナツをその場で提供。つまり、ワインを飲めるワイナリーと同じ感覚で、ドーナツ店をつくり上げています」

ブランドイメージと 空間デザインをつなぐ

ホテル コエ トーキョーの設計はSUPPOSE DESIGN OFFICEが、コエ ドーナツ 京都は隈研吾建築都市設計事務所が手掛けている。

「早い段階で、石川さんから『京都という立地やコエの新たな世界観の提案、話題性などを考慮して、今回は隈さんに頼んでみたい』という話を聞いており、隈さんからのプレゼンにも同席しました。石川さんは隈さんに、『今までやったことがないデザインはどれですか』と尋ね、完成が最も想像できないプランを選択しています」

マーケットに合わせて、コエの本質を変えることなく、空間を変化させていく。それが、店内を竹籠で覆うプランである。川上さんは、「空間とブランドとをつなぐことが、自分の役割となりました」と語る。

「竹籠で覆われた空間は、そのままでは和菓子屋や和カフェとして認識されるでしょう。そこで、ダイナーやカフェ的な要素をグラフィックで組み合わせていきました。またグラフィックやサインは、ブランド体験をデザインするための手段と考えているため、形状や設置場所といった見せ方もこちらで提案します」

普段から川上さんは、ロゴを提案する段階で設計者から上がってきたパースにサインやグラフィックを落とし込み、完成形のビジュアルを提示すると言う。

「言葉と図面だけでは、意図が伝わらないこともあります。イメージを共有することで、こちらの提案をポジティブに受け入れてもらえる

LOGO

系列ブランドを踏襲しながら、ドーナツらしさを足す。

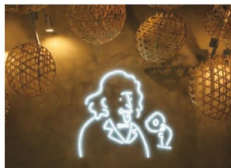
ロゴのタイプフェイス（書体）は、artless Inc.のオリジナル「アートレス・グロテスク」と「アクチデンツ・グロテスク」を組み合わせており、「ホテル コエ トーキョー」（18年6月号）を踏襲している。今回は、ロゴに加えて、頭文字のKとDを組み合わせてドーナツを模ったシンボルマークや、イラストレーターの長場雄さんによるオリジナルキャラクターを制作。キャラクターは、ドーナツの「ラボ」というイメージから、博士とその娘、愛犬が登場し、それぞれに設定があると言う

Akzidenz Grotesk BQ
95% height / optical / tracking 0

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
0123456789!?@()

Ro GothicSink Std
optical / tracking 50

あア安

カムチャッカの若者が、きりんの夢を見ているとき
メキシコの娘は、朝もやの中でバスを待っている。
ローマの少年は、柱頭を染める朝陽にウインクする。
「」、。

SIGN

ドーナツ店であることを瞬時に認識してもらう。

和をイメージさせる竹籠に覆われた空間で、ダイナーやカフェの要素を表現するため、あえて大きなファサードサインを掲げている（上左）。川上さんは、「グラフィックは、ハード（空間）とソフト（サービス）をつなぐ役割を担う」と語る。サインやグラフィックは、ロゴを提案するタイミングで、設計者から上がってきたパースに落とし込んだ完成形のイメージを提示。竹籠の見え具合の検討と明快な意図の説明を通して、設計者とのやりとりをスムーズにする。店内のサインは、クラフトかつモダンなイメージを表現するため、ネオンサインをLEDで制作（上右、下左）。またサイン計画は、動線計画と一体で進められた。最奥の壁には、雁行する店内へと誘導できるよう、一かじりしたドーナツ型のLEDネオンサインを設置している（左下写真提供／artless Inc.）

APPLICATION & GOODS

グッズ販売と
口コミで
収益アップに
導く。

川上さんは、ドーナツの包み紙やボックス、包装紙、手提げ袋といったパッケージのデザインも、サインと同じタイミングで手掛けていく。特に土産用のボックスは、テイクアウト用のバッグに入れた時の見え方なども検証しながら制作していったと言う（上右）。なお現在は、コエのエシカルなイメージを表現するため、バッグは再生クラフト紙を使用している。グッズは、マグカップやモバイルマグ、エコバッグ、Tシャツ、キャップなどをそろえ、それら全てにロゴとシンボルマーク、キャラクターのイラストを施している（下左）。これらのグッズは、カフェを経営する上で収益面で大きな役割を果たすと共に、一大観光地の京都という立地上、ギフト需要があることを踏まえ、戦略的に展開している（4点写真提供／artless Inc.）

ようにすることを考えています」

ファサードのサインは、ここがドーナツ店だと瞬時に把握してもらえるよう、ガラス面に大きく配置。ただ、内部空間の竹籠と同時に見せることにもこだわり、設置箇所を検討している。

「今回はクラフトと共にモダンを表現するため、ネオンサインをLEDで制作しました」

店内のサイン計画は、動線計画と一体で進められた。雁行する店内へと誘導できるように、最奥の壁には、一かじりしたドーナツをイメージしたLEDネオンサインを設置している。

「この他にも、ドーナツの製造工程ごとに作業内容を示したサインを吊るしています。それらは全て、ファサードのサインと同じく、隈事務所とやりとりを重ねながら竹籠の見え方を踏まえつつ、コエの世界観を表現するものに仕上げています」

ビジネスを踏まえた
アプリケーションの展開

ロゴのタイプフェイス（書体）は、artless Inc.のオリジナル「アートレス・グロテスク」と「アクチデンツ・グロテスク」を組み合わせたブランド専用のものを反映している。

「コエ ドーナツのみの試みとして、頭文字のKとDを組み合わせてドーナツを模ったシンボルマークや、イラストレーターの長場雄さんによるオリジナルキャラクターも用意しました。博士と娘、ペットの犬がいて、今後の店舗展開では助手も登場させるかもしれません」

川上さんが手掛けるグラフィックデザインは、コエ ドーナツで関わるもの全てに及ぶ。

「ドーナツの包み紙やボックス、包装紙、手提げ袋といったパッケージのデザインも、サインと同じタイミングで手掛けていきます。また、テイクアウト用のバッグに入れた時の見え方なども検証しながら進め、エシカルなブランドイメージを踏襲して制作しました」

アプリケーションのリストアップは、運営側からだけでなく、川上さん側からも提案。互いにキャッチボールをしながら必要なものをそろえていった。マグカップやモバイルマグ、エコバッグ、Tシャツ、キャップといったグッズも用意し、それら全てにロゴとシンボルマーク、キャラクターのイラストを施している。

「これらのグッズは、単なるプロモーション用としてではなく、観光地である京都のお土産として、プラスαの収益をもたらす柱となります。また、マグカップは店内でも使用しており、キャップはスタッフもかぶっています。カトラリーやユニフォームのコストは、グッズと組み合わせて考えることが重要です」

エントランス付近にグラフィックを配して写真映えするスポットを設けたのは、広告戦略を踏まえた上でのことだ。

「現在においては、SNSでの口コミが重要になります。SNSで発信したくなるようなスポットを設え、皆さんにコエドーナツを広めてもらう意図があります。インスタグラムでコエドーナツを検索すると、グラフィックを背景にドーナツを掲げる写真が多く、意図した展開が見られているのではないでしょうか」

美しさとビジネス。コエ ドーナツ 京都には、このニつを兼ね備えたサインとグラフィックが随所に散りばめられている。〈了〉

購入方法	ご注文書タイトル good design cafe vol.2	ご注文数 冊
〈商店建築社WEBサイトからご注文〉 https://www.shotenkenchiku.com 〈FAXによるご注文〉 商店建築社 販売部……………………………03-3363-5792 (番号のお掛け間違いにご注意ください) 右の注文欄にご記入のうえ、このページをFAXにて送信して下さい。代金のほかに送料・代引き手数料が掛かります。 〈書店にてご注文〉 右の注文欄にご記入のうえ、お近くの書店にお渡し下さい。	会社名 お名前 ご住所 〒 電話番号	取り扱い書店・番線印

※いずれの場合にも、ご注文のキャンセルや返品はできません。また離島の一部は発送ができませんので予めご了承下さい。 問い合わせ/商店建築社 販売部 TEL 03-3363-5770

FEATURE ARTICLE
Take Out Shop
COMFORT
Stand

CATEGORIES

DRINK STAND

- LEMONADE BY LEMONICA Shibuya Stream
- BLUE BOTTLE COFFEE DAIMARU TOKYO CAFE STAND
- MILKSHA Aoyama
- COMFORT STAND

ICE CREAM SHOP

- NINAO Sangenjaya
- NINAO Azabujuban
- BIG BABY ICE CREAM

FOOD STORE

- HORIUCHI FRUIT FARM Grand Front Osaka
- PAPABUBBLE DAIMARU KYOTO
- BAKE CHEESE TART / CROQUANT CHOU ZAKUZAKU Sakura-machi-Kumamoto
- CHOCOLAPHIL Etomo Jiyugaoka
- CLAPPERS DINER
- IMPERFECT Omotesando

BAKERY

- RIPI
- 365 NICHI TO NIHOMBASHI
- GREEN THUMB
- HONDA

特集

テイクアウトショップ

タピオカドリンクやチーズタルト、レモネード、高級食パン、アイスクリームなど、若い世代の消費者を中心に、テイクアウト型フードショップの波が押し寄せている。そんな中、10月から導入された軽減税率制度は、今後のテイクアウト業態の店舗増加を後押しするのではないだろうか。そうなると、他店舗との差別化がますます求められ、そこにはデザイン性が必要不可欠となる。商店街の一角にある小さな店舗から、最新の大型施設内の店舗まで、17件のテイクアウトショップを紹介する。

扉撮影／高木康広

LEMONADE
BY LEMONICA

アイキャッチとなるイートインスペース

LEMONADE by Lemonica
渋谷ストリーム店

Lemonade Stand LEMONADE BY LEMONICA Shibuya Stream, Tokyo
Designer Takeshi Sano / SWeeT

東京都渋谷区渋谷3丁目21-3 渋谷ストリーム1階
設計／SWeeT　佐野岳士
協力／照明計画　モデュレックス　長尾懐里
施工／EGG　小西昭彦
撮影／高木康広

ショップフロントをイートインスペース側から見通す。イートインスペースには、ビタミンカラーの壁面にネオンサインとレモン型の造形物をあしらい、ブランコを吊っている。誰にでも気軽に利用してもらうことで、その様子がアイキャッチとなることを意図した

カウンターにはジューサーやスクイーザーを配している。新鮮な果物がジュースになっていく様子をスタッフが作業しながら説明することで、コミュニケーションが生まれる

パブリックな機能も意図した「戯れ」のイートイン

昨今、話題となっているレモネード業界をけん引する「LEMONADE by Lemonica（レモネードバイレモニカ）」。渋谷ストリーム店は、フラッグシップショップとして計画されました。スタンド型テイクアウト店であるため、通常とは異なるセオリーのデザイン手法を基に、試行錯誤しながらのプロジェクトとなりました。

計画を進めていくうち、区画左側のイートインスペースの見せ方と活用法が、成功への鍵になることがわかりました。単純なイスとテーブルの配置では面白みがなく、考えたのはレモネードを飲んでいる時のシチュエーションです。ブランコという仕掛けをプログラミングすることで、イートインとしてだけではなくパブリックスペースとしても捉え、誰にでも空間を使っていただくことで「戯れ」の効果を狙いました。

ブランコを中心としたインテリアは、人工芝の爽やかさが広がり、レモネードののど越しの清涼感を、レモンを型取った造形物とビタミンカラーの壁、ネオンでポップさを表現。レモネードを片手にブランコへ座り、幼少期の懐かしさに浸っていただければ嬉しいです。

〈佐野岳士／SWeeT〉

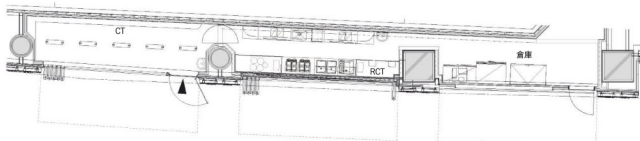
「レモネードバイレモニカ 渋谷ストリーム店」data

工事種別：内装のみ　新築
床面積：46.69㎡（うち厨房32.03㎡）
工期：2018年2月1日～6月22日

営業内容

開店：2018年9月13日
営業時間：午前10時～午後10時
定休日：なし
電話：（03）6427-3588
経営者：IMMフードサービス㈱
客単価：400～500円
主な取扱商品と単価：オリジナルレモネード、ソーダレモネード／R340　L390　J480　レモピナ／R430　L550　ハイチーズクリーミーストロベリー530　ホットレモネード320

主な仕上げ材料

サイン：小口発光サイン
床：コンパネ下地人工芝t30敷き込み
壁：PBt12.5下地EPの上レモン型取り成形模型貼り
天井：PBt9.5下地EP
家具：イス／ブランコ吊り
什器：カウンター／天板・シダー無垢材アンティーク加工　腰・ブリックタイルレモン滴ペイント処理

PLAN 1：150

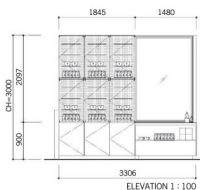
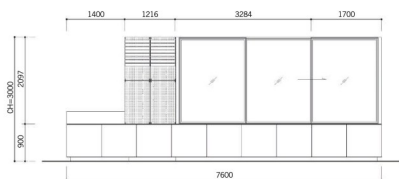
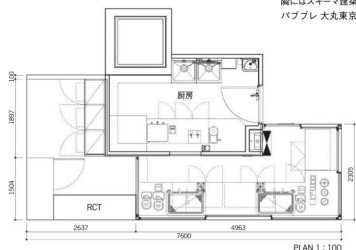
懐かしさと温かみを伝えるマテリアル

BLUE BOTTLE COFFEE
DAIMARU TOKYO CAFE STAND

BLUE BOTTLE COFFEE DAIMARU TOKYO CAFE STAND
Designer Jo Nagasaka / Schemata Architects

東京都千代田区丸の内1丁目9-1 大丸東京地下1階
設計／スキーマ建築計画　長坂 常　内間絢美
協力／グラフィック　ブートレグ　厨房計画　ホシザキ東京
施工／TANK
撮影／太田拓実

「大丸東京店」の地下1階に位置する「ブルーボトルコーヒー 大丸東京カフェスタンド」。壁面上部は有孔のスチールパネル貼りで、商品の並び替えにフレキシブルに対応する

左／カウンターの腰と壁面下部はハードボードを用いている。ベージュを基調とし、温かく懐かしい表情の空間をつくっている　右／共用通路から見通す。隣にはスキーマ建築計画が設計した「パパブブレ 大丸東京店」が並ぶ

キオスクのように周囲になじむデザイン

2012年に同じく「大丸東京店」内につくった「PAPABUBBLE（パパブブレ）大丸東京店」（13年2月号）の横に、それよりも小さな「BLUE BOTTLE COFFEE（ブルーボトルコーヒー）」を計画した。

MDを強化したテイクアウト専用のカフェなので、周辺の売り場全体を一つのフロアと考え、

そこにキオスクのような共有施設的なお店をデザインした。その際、空間というよりもプロダクトのような感覚でデザインした。また、このフロアがどちらかというと白っぽいため、このお店ではほぼ白を使わずにクラフト用紙のような温かみのあるベージュ系の素材で全体をまとめた。昔の家具調テレビの裏側にあったハードボードという素材をあえて表で使うことで、どこか懐かしい表情が生まれた。

〈長坂 常／スキーマ建築計画〉

「ブルーボトルコーヒー 大丸東京カフェスタンド」data

工事種別：内装のみ　部分改装
床面積：24.9㎡（厨房面積／16㎡）
工期：2019年2月14日～4月18日
施工協力：厨房設備／ホシザキ東京　照明器具／遠藤照明

営業内容

開店：2019年4月24日
営業時間：午前8時～午後9時（土・日曜日、祝日のみ午後8時まで）
定休日：なし
電話：（03）6256-0256
経営者：BLUE BOTTLE COFFEE JAPAN 合同会社
主な取扱商品と単価：Moment's Notice340　ドリップ（ブレンド）450　ローステッドココナッツパウンドケーキ400

主な仕上げ材料

床：既存
壁：PB下地有孔STパネルt1.6焼き付け塗装
天井：PB下地AEP
什器：カウンター、壁面棚下部／シナ合板＋ハードボード繊維面貼り　壁面棚上部／シナ合板＋有孔STパネルt1.6焼き付け塗装
照明器具：ダウンライト

台湾のストリートカルチャーを
継承するドリンクスタンド

Milksha Aoyama

Drink Stand MILKSHA Aoyama, Tokyo
Designer Ryota Torao + Hsin-Yun Hsieh / TORAO+HSIEH ARCHITECTS

東京都渋谷区渋谷2丁目9-11 インテリックス青山通りビル1階

設計／虎尾＋謝建築設計　虎尾亮太　謝欣 芸　土谷希郎
協力／照明計画　EOS puls　高橋 翔　肥田あゆみ
施工／アンドエス　赤井文浩　秋庭慎一郎

撮影／森田大貴

左／東京・青山にオープンした台湾発ドリンクスタンド「Milksha Aoyama（ミルクシャアオヤマ）」。左手の円型什器は可動式で、右にスライドさせることでカウンター内への出入りが可能　右／店内はファサードを引き込んだ空間構成とし、斜めにカウンターを配置することでテイクアウト客を店内に呼び込む。店内奥の壁にはミラーを設け、OSB合板による幾何学形態が連続し、奥行き感を演出する

ストリートの新しいアイコンを
幾何学形態で生み出す

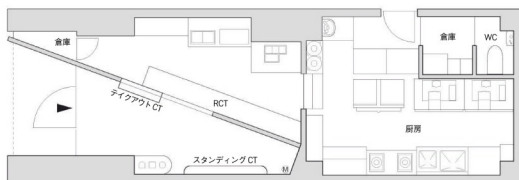
日本初出店となる台湾のドリンクスタンド。添加物などを一切使用しないナチュラルで高品質な素材にこだわり、台湾本国を始め、アジア各地で250店舗程フランチャイズ展開している。

台湾には、いわゆるカフェの形態とは異なり、店内にイートインスペースを持たず路面から直接商品を購入できるドリンクスタンドが数多く点在し、屋台に代表されるようなストリートカルチャーが根付いている。日本の店舗を設計するにあたり、そのストリート性を継承することを考えた。

敷地は渋谷と表参道の中間に位置する青山通り沿いで、近所で働く人々や大学生が多く行き交っている。その通りを引き込むようにカウンターを斜めに配置し、ファサードが内部に入り込んだようなデザインとした。ファサードは木の温かみを感じられるOSB合板を用い、ポップなロゴと、シンプルながらも幾何学を多用した印象的なつくりとすることで、ストリートの新しいアイコンとなることを目指している。

青山店の他にも、国内にて数店舗を現在計画中。「ストリート×ドリンクスタンド」というコンセプトで、その場所ごとのストリートに応じたデザイン展開を予定している。

〈虎尾亮太、謝 欣芸／虎尾＋謝建築設計〉

店舗のある青山通り沿いには、近隣の学生や働く人が行き交う

「ミルクシャ アオヤマ」data

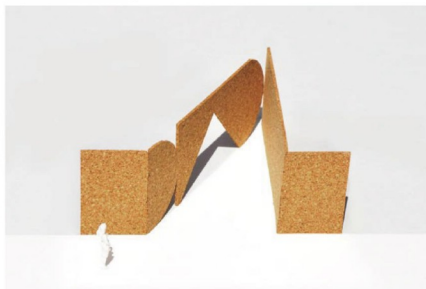
工事種別：内装のみ　部分改装
床面積：40㎡（うち厨房26㎡）
工期：2019年8月1日～9月10日

営業内容

開店：2019年10月11日
営業時間：午前10時～午後9時　定休日：なし
電話：(03)6803-8504　経営者：MILKSHOP JAPAN㈱
従業員：5人　客単価：650円
主な取扱商品と単価：大甲（タイコウ）タロイモミルク680　タピオカ 特選紅茶ミルクティー650　プレミアムタピオカ 黒糖ミルク680

主な仕上げ材料

床：モルタル金ゴテ仕上げ　長尺塩ビシート貼り
幅木：アルミ入り幅木
壁：LGS組みPB下地AEP　メラミン化粧板貼り　SUS.HL　カウンター間仕切り／OSB合板＋ウレタン塗装
天井：LGS組みPB下地AEP
什器：カウンター／天板・SUSバイブレーション仕上げ　腰・モルタル金ゴテ仕上げ
照明器具：ダウンライト、スポットライト、ユニバーサルダウンライト、ウォールウォッシャーダウンライト（大光電機）
サイン：特殊発光樹脂

ファサード検討モデル

幾何学形態のファサードはアイキャッチになるよう、インパクトを持たせることを意図した（写真提供／虎尾＋謝建築設計）

Coffee

東京・汐留の「イタリア街」と呼ばれる石畳の街並みに位置する。三菱地所のコンパクトオフィスビルシリーズ「CIRCLES」の1階に入居している。購入したドリンクやフードはビルの共用部に設置された席（右手奥）で飲食することもできる

オフィスワーカーに寄り添う
ビル1階のテイクアウトスタンド

COMFORT STAND

Coffee Stand COMFORT STAND, Tokyo
Designer Takashi Mori / GAVEL

東京都港区東新橋2丁目9-1 CIRCLES汐留1階
企画・プロデュース／ヨネヤマ　北原貴光
設計／GAVEL　森 貴士
協力／クリエイティブディレクション　ブックラック　山村光春
　　　アートディレクション　いのうえさなえ　照明計画　モデュレックス
施工／メッセ　高橋 敦
撮影／高木康広

「懐かしさ」と「新しさ」を デザインに落とし込む

三菱地所が新しくスタートしたコンパクトオフィスビルシリーズ「CIRCLES」。その1階に、コーヒースタンド「COMFORT STAND」は入る。

「ひとの輪ができる、まちと繋がるオフィス」というビルのコンセプトを体現するために、「街とビルの境界線を曖昧にした、シームレスな存在」、「入居するワーカーたちの、日々に寄り添う存在」という二つのことを意識した。そこから導き出されたのは、「コンフォート」というキーワード。「快適な、心地良い」という意味のみならず、「どこかホッとするような懐かしさ」もそこには含まれる。コーヒーを出す店で「懐かしい」といえば、昭和の喫茶店を想像するが、もとをたどれば、パリのカフェやウィーンのカフェハウスなど、ヨーロッパにルーツがある。そこを丹念に追いながら、クラシックでモダン、かつ今の気分で着地させることを考えた。

「懐かしさ」と「新しさ」。ともすると相反する思いをデザインとして落とし込むのにはどうすれば良いか。そして決めたのが、真鍮や大理石、ウォールナットなど「本物」の素材を用いること。細部に少しだけ日本らしいディテールを取り入れること。そして「寄り添う」という気持ち。つくり手としての思いが届いたかどうかは、お店にいらして頂くお客様の表情が答えなのかと思う。懐かしさというのは人々の思い出の中にある。誰かの思い出の中で、いつかこの風景を懐かしんでもらえる日がきたら嬉しい。　〈森 貴士／ガヴェル〉

「コンフォートスタンド」data

工事種別：内外装　新築
床面積：16㎡
工期：2019年9月2日～22日

営業内容

開店：2019年10月11日
営業時間：午前8時～午後6時
定休日：土・日曜日、祝日
電話：(03)6803-4823
経営者：三洋ビル管理㈱　従業員：2人
客単価：780円
主な取扱商品と単価：オレンジゼスティーカフェモカ550　コンフォートスタンドオリジナルスペシャルティーコーヒー（ルワンダ、ケニア、ブラジルなど）500　シーズナルブレンドオレンジジュース（愛媛県産無茶々園の早採りみかん、ニュージーランド産ノンワックスネーブル、熊本県産　江口農園のすだち）400

主な仕上げ材料

外壁：モルタルUC　腰壁・ウォールナット材オイルフィニッシュ
外部柱：モルタルUC
サイン：モルタル彫り込み文字　描き文字
床：防滑性ビニル床シート貼り
幅木：大理石グリジオカルニコ水磨き仕上げ溝加工
壁：磁器質タイル貼り　可動サッシ／真鍮
天井：ツヤ有り合成樹脂EP
家具：吊り戸棚／木エウレタン塗装
什器：カウンター天板／大理石アラベスカート水磨き撥水加工
照明器具：ブラケットライト／特注製作

左／跳ね上げ式サッシのテイクアウトカウンター。サッシは、真鍮製。カウンターの上にはクロワッサンやケーキ、フルーツが並ぶ　右／ヨーロッパのクラシックなコーヒースタンドスタイルで「懐かしさ」を演出しながらも、特注のブラケットライトを施し、ミニマルでモダンな印象を与えている

跳ね上げ式サッシ 詳細図 1：20

PLAN 1：60

日本らしさを表現した台湾発のソフトクリームショップ

蜷尾家/NINAO
三軒茶屋店／麻布十番店

Cafe NINAO Sangenjaya / Azabujuban, Tokyo
Designer Jamo Associates

東京都世田谷区三軒茶屋1丁目33-15
東京都港区麻布十番1丁目8-1 EX麻布十番ビル1階

設計／ジャモアソシエイツ
協力／照明計画　モデュレックス
施工／スイッチコネクション

撮影／髙山幸三

日本1号店となる、台湾発のソフトクリーム＆ティースタンド「蜷尾家/NINAO（ニナオ）三軒茶屋店」。開口部を一部クリアにすることで、通りから店内の様子が程良く見えるよう調整した。床面は、グリッド状に敷いた小石とモルタルが、外から中まで続いている。外のベンチ席には、蜷尾家のブランドカラーである藍色のファブリックが配された

上／畳敷きのベンチ席が並ぶ店内を見通す。素材感や色彩など、空間全体で商品であるソフトクリームを表現。ソフトクリームを思わせる質感の素材として、天井やカウンター、壁面を漆喰で覆っている。左手の木札には週替わりのフレーバーやドリンクメニューが並ぶ　下／天井には、FRPでかたどり漆喰で仕上げた立体ロゴが配された。カウンター背面には、台湾から持ってきた茶葉の缶を並べている

ソフトクリームから着想した質感や色彩

台湾発のソフトクリーム＆ティースタンド「蜷尾家/NINAO（ニナオ）」が、2018年10月に日本1号店となる三軒茶屋店をオープン。茶葉などを使用した100種類以上のフレーバーを週替わりで提供し、訪れる度に新鮮な味を楽しむことができる。また、人工フレーバーを一切使用していないことがこの店のこだわり。そうしたブランドの思いが空間から伝わるよう、使う素材や色彩を絞って、質感を生かしながら普遍的かつミニマルに仕上げた。

空間デザインには、日本らしさを表現することが求められた。加えて、台湾・台南店に通じるノスタルジックな雰囲気が感じられるよう、台湾から持ってきた茶葉の缶などを、ポイントとしてディスプレイしている。使用した主なマテリアルは、漆喰と木、藍色のファブリックの三つ。商品であるソフトクリームをほうふつとさせる配色だ。これらを、ソフトクリームやコーン、包装紙と同様の比率になるよう空間に散りばめている。大部分を占める天井や壁面、カウンターには漆喰を用いた。これは、ソフトクリームならではの肌理やなめらかな質感を素材に

置き換えて選定したもの。床面には、外構から店内まで小石をグリッド状に並べたモルタルが続く。同店ではソフトクリームにフリーズドライなどのトッピングを添えることができ、そのトッピングが拡大したイメージで色鮮やかな小石を敷き詰めた。

三軒茶屋店では、日本茶屋をイメージして一休み感覚で利用できる畳敷きの腰掛けを配した。また、一部開口を設け、店内のにぎやかさが外に伝わるようにしている。夜になると、柔らかく温かな明かりが店内からにじみ出る。国内2店目である麻布十番店では、外装が約4mと高かったため、亀甲金網みの格子を配し、ファサード全体をあんどん照明のような一つのプロダクトとして捉えた。コンパクトだが高さのある既存建物を生かしつつ、三軒茶屋店と統一させた内装コンセプトを展開。立体ロゴは、空間に余白や間が空き過ぎないよう壁面に配した。

テイクアウトとイートインが混在する業態の店では、二つの動線が交わらないことを意識してゾーニングしている。今回も、二つの動きが滞りなく流れるよう、席の配置やレジの位置などに配慮。立体ロゴなどの写真スポットも用意し、さまざまな楽しみ方を受け入れる空間としている。　〈ジャモアソシエイツ／文責編集部〉

上／「蜷尾家/NINAO（ニナオ）麻布十番店」をエントランスから見通す。コンセプトは三軒茶屋店と統一した。150㎜間隔の床面の小石は、ソフトクリームに追加できるトッピングから着想したデザイン　下／同店のファサード。三軒茶屋店に比べると、高さ約4mと縦長の外装だったため、あんどんのように金網を配した光壁とし、光が人々を引き寄せることを意図した

「麻布十番店」カウンター周り。壁面に立体ロゴが配された。ロゴのデザインは、ソフトクリームを上から見た形状

「蜷尾家 三軒茶屋店」data

工事種別：内外装　全面改装
床面積：57.3㎡（うち厨房21.8㎡）
工期：2018年8月20日〜10月10日
施工協力：照明器具／モデュレックス　什器／NAREU

営業内容

開店：2018年10月11日
営業時間：正午〜午後11時（土・日曜日、祝日は午前11時から）
定休日：なし
電話：(03)3421-2170
経営者：㈱マッシュセールスラボ
従業員数：5、6人
客席数：31席（店内16席　店外15席）
主なメニューと単価：ソフトクリーム／塩ミルク390　東方美人550　ゼリーティー／台湾青茶390〜　紅玉茶ミルクティー490〜

主な仕上げ材料

外装：セメント漆喰風仕上げ　開口部／クリアガラスの上強化和紙貼り（ワーロンシート／ワーロン）　格子／金物下地木目調化粧シート貼り
サイン：掘り込みサイン／セメント漆喰風仕上げ　のれん／コルトンサイン
床：モルタル＋小石埋め込み
壁・天井：LGS組みPBt12.5下地漆喰風塗装
家具・什器：カウンター／漆喰風塗装　タモ材突き板貼り　ベンチ／タモ材突き板貼り＋畳敷き　サイドテーブル／陶器製（タイムアンドスタイル）
照明器具：ちょうちん

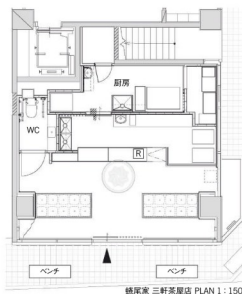
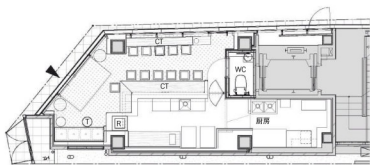
「蜷尾家 麻布十番店」data

工事種別：内外装　部分改装
床面積：35.3㎡（うち厨房14㎡）
工期：2019年5月31日〜7月16日
施工協力：照明器具／モデュレックス　什器／NAREU

営業内容

開店：2019年7月18日
営業時間：午前11時30分〜午後10時
定休日：なし
電話：(03)5563-2170
経営者：㈱マッシュセールスラボ
従業員数：2、3人　客席数：16席

主な仕上げ材料

外装：枠／メラミン焼き付け黒塗装　金網／SUS亀甲金網黒塗装　ガラスフィルム貼り
サイン：ペイント　のれん　ちょうちん
床：モルタル＋小石埋め込み
壁・天井：LGS組みPBt12.5下地漆喰風塗装
家具・什器：カウンター／漆喰風塗装　タモ材突き板貼り　ベンチ／タモ材突き板貼り＋畳敷き　ハイチェア（合羽橋洋家具）
照明器具：ペンダントライト（ニューライトポタリー）

蜷尾家 三軒茶屋店 PLAN 1：150

蜷尾家 麻布十番店 PLAN 1：150

世界に通用するブランド構築から出店地開拓へ ムーブメントに乗らないマーケット戦略

取材・文／難波工乙
写真提供／マッシュホールディングス

タピオカやかき氷を始めとする台湾スイーツブーム。国内では数年前から一大ムーブメントを起こし、若い世代を中心に長蛇の列をつくっている。台湾・台南発のソフトクリーム店「蜷尾家 / NINAO」(P.144)もその一つだ。日本で運営するのは、ファッションからビューティー、フード事業までを手掛けるマッシュホールディングス。「蜷尾家 / NINAO」を例に、海外ブランドの誘致の経緯と、マーケティング戦略をどのように構築していくのか聞いた。

日本誘致のきっかけとなった台湾でのポップアップイベント

2018年10月にオープンした三軒茶屋店を皮切りに、現在、麻布十番店と池袋店の計3店舗を展開する「蜷尾家 / NINAO（ニナオ）」。台湾では、アイスクリームブームの火付け役とも言われ、不動の人気を誇るソフトクリーム店である。

「蜷尾家 / NINAO」は、台湾の古都、台南の地で12年に誕生。店舗は台南の本店と、同じく台南にジェラート専門店を1軒持つ。中心都市である台北には、イベント時に雑誌社や有名メーカーなどとのコラボレーションによるポップアップショップで出店するのみで、そのブランド価値を頑なに守り続けてきた。

そんな「蜷尾家 / NINAO」が、初の海外進出先として日本に出店した。その経緯について、日本国内での運営を手掛けるマッシュホールディングスの代表取締役社長、近藤広幸氏はこう説明する。

「マッシュホールディングスは、2011年に台湾支社を設立し、現在台湾で、『ジェラート ピケ カフェ』を2店舗、他に11店舗のファッションとナチュラル・オーガニックビューティー関連の店舗を展開しています。3年前、台湾で展開していた『ジェラート ピケ カフェ』とのコラボレーション先として、台湾支社の社員から推薦されたのが、本物志向のスイーツ店である『蜷尾家 / NINAO』。そこで期間限定で共同店をつくったのが始まりでした。イベントは予想以上の話題を呼び、行列ができ、現地メディアでも数多く紹介されました。その後、創業者であるユー・リー氏に、お礼を伝えに台湾を訪れました。台南の『蜷尾家 /

長く続くブランドをつくる マッシュホールディングスの「開業メソッド」

1 まずは、世界に通用するブランドを構築する

「流行の商品ではなく、良いと思った商品を取り扱う」と近藤氏。「蜷尾家 / NINAO」では、約110種類のフレーバーを日替わりで数種類ずつ提供しているが、いずれも人工フレーバーは使っていない。その偽りのない商品づくりにより、ブランド価値の創造へとつなげる。

2 出店は環境の異なる複数箇所にする

ブランド構築の次は、出店場所の検討を行う。その際、あらかじめターゲット層を決めるのではなく、客層の異なる複数の街に出店することで、ブランドが受け入れられる場所を分析していく。

3 ブランドや商品の価値に見合う店舗デザイン

ブランドや商品のクオリティーが高いと、店舗デザインにもそのクオリティーが要求される。「蜷尾家 / NINAO」では、ソフトクリームを上から見た時のようなロゴデザインや、ソフトクリームの柔らかさを感じる丸みのあるデザインで統一した。

マッシュホールディングス展開ブランドリスト

ファッション事業

- SNIDEL
- gelato pique
- FRAY I.D
- Lily Brown
- FURFUR
- Mila Owen
- styling/
- emmi
- sneakers by emmi
- CELFORD
- UNDERSON UNDERSON
- MISTERGENTLEMAN

ナチュラル・オーガニックビューティー事業

- Cosme Kitchen
- Biople by CosmeKitchen
- Make↗Kitchen
- Celvoke
- to/one
- F organics
- ecostore
- geosoap
- O by F

フード事業

- gelato pique cafe
- CHECK
- HUGO & VICTOR
- Cosme Kitchen Adaptation
- JUICERY by Cosme Kitchen
- AZUR et MASA UEKI
- PARIYA
- Three Twins Ice Cream
- 蜷尾家 / NINAO

NINAO』は、京都の建築物をモチーフにした和のたたずまいであり、リー氏は日本の文化や建築をとてもリスペクトしていました。その時に、ブランドを守りたいから台湾国内の他の都市への出店は考えていないが、いつか日本には店舗を持ちたいという熱い思いを聞き、それなら、是非やってみようと話が進みました」

「ウェルネス」なソフトクリーム

マッシュホールディングスでは、現在、「ウェルネスデザイン」をスローガンに、ファッション、ナチュラル・オーガニックビューティー、スポーツ、フードの4事業で30のブランドを展開する。「ウェルネス」を掲げる同社において、それをソフトクリームでどう表現するかが課題の一つだった。

「もともと『蜷尾家 / NINAO』は、良質な素材を大切にし、例えば、ソフトクリームのフレーバーとなる茶葉も、100年以上の歴史を持つ信頼できる供給元からしか仕入れていません。その徹底ぶりには、逆に私たちが見習うべき点も多くありました」

「蜷尾家 / NINAO」では、既製品のソフトクリームベースを使わず、各店舗でソフトクリームベースをつくっている。それは日本の店舗でも同様だ。しかし、リサーチをしていくと、原料からソフトクリーム製造を行なって成功する事例は少ないという実態に直面。しかし、マッシュホールディングスでは、その本物志向という方向性がブランド価値につながると考えた。日本の店舗でも台湾の本店同様に、イタリアの高級ジェラート機器メーカー、カルピジャーニ社のマシンを用いてオリジナルのソフトクリームベースを各店で製造。そして、ソフトクリームサーバーに関しては、コクのあるソフトクリームを抽出できる日本の日世社製のサーバーを採用している。

雰囲気の異なる複数の街に出店する

現在「蜷尾家 / NINAO」は、路面店である三軒茶屋店、麻布十番店と、「ルミネ池袋」内の3店舗。それぞれ、街のカラーが異なる。現在の出店状況に関して近藤氏は、「実験段階にある」と語る。

「池袋はターミナル駅でトラフィックが多い。麻布十番は地元の人たちがルーティンで買ってくれる可能性がある。三軒茶屋は若者の人口密度の高さや、会社や学校からの帰宅前に寄ってくれることを期待しています。当たりもあれば外れもあるかもしれないですが、今は『蜷尾家 / NINAO』にとってどういった街が合うのかを、手探りしている状態です。今後も2店舗程、雰囲気の異なるエリアへの出店を予定しています」

マッシュホールディングスでは、「蜷尾家 /

3.「蜷尾家 / NINAO」では、国内外全ての店舗で、イタリア、カルピジャーニ社製の機器でソフトクリームベースを製造し、日本の日世社製のサーバーで提供する

@台北
「SNIDEL×蜷尾家」
ポップアップ
イベント

1.2.台北に期間限定で出店されたマッシュホールディングスのファッションブランド「SNIDEL」(スナイデル)とのコラボイベント。ピンク色の屋外ブースに、アパレルとソフトクリームを一緒に出店した

4.台湾・台南の「蜷尾家/NINAO」本店。暖簾や瓦屋根の庇など、和のエッセンスが採り入れられた　5.ソフトクリームのフレーバーの元となる茶葉は、100年以上の歴史を持つ信頼できる供給元から仕入れている　6.提供するソフトクリーム

NINAO」に限らず、どのブランドの出店においても同様の手法を採っている。

「この立地で、このブランドなら成功するだろうという観点で店を出したことはありません。ムーブメントに乗るのではなく、商品が良いからやるのであって、まずは世界に通用するブランドを全力で構築し、その後で長く定住できる場所を模索していく。その際、リスクを取ってでも3店舗くらいは性格の異なる立地に出さないと、マーケティングの結果は出ないと思っています」

設計者選びの基準は“センスと情熱”

「蜷尾家/NINAO」の店舗には、暖簾(のれん)や行灯、縁台、畳、そして左官仕上げの壁、床、天井など、“和”の要素がふんだんに散りばめられている。三軒茶屋と麻布十番の店舗設計は、ジャモアソシエイツが担当。これまでにも、「蜷尾家/NINAO」を含むマッシュホールディングスの五つのブランドにおいて店舗デザインを手掛けている。

「設計者を選ぶ基準は、“センスと情熱”を持っているか否かです。センスはあっても情熱が足りないと、オーナーの夢より時間や効率が優先され、それはディテールに表れてくる。その逆だと、充分なコミュニケーションが取れないと考えています。両方を兼ね備えている方にしか、お願いする気にはならないですね」

台湾にある本店は、瓦屋根の庇や木材の外壁など和のたたずまいが印象的だ。「それを素直に継承しています」と近藤氏。

「風化せずに、長く愛される飽きのこない店舗。また、安心・安全を感じ取れるような、親しみやすく、丸みのあるデザインにしてほしいと依頼しました。ブランドの質に自信を持つからには、当然、店舗デザインにも高いクオリティーが要求されます。収支を計算すると嫌になりますが、それでも初期投資には十分な資金を充てる。そのやせ我慢が、弊社の悪いところでもあり、良いところでもあると思っています」

「どこにどんな店を出せば売れるのか」から発想するのではなく、自信を持って消費者に薦められるブランドの構築に重きを置き、それに見合ったインテリア空間を設え、出店場所を模索していく。この実直な企業姿勢こそが、同社マーケティング戦略であり、同時に、新ブランドの成長やトレンドを生み出す秘訣にもなっていると言えるだろう。〈了〉

こんどう・ひろゆき

1975年生まれ。ファッション、ビューティー、フード、デザインなど多岐にわたる事業展開で国内10社海外12社を擁するマッシュグループの創業者。建築デザイナーを経て99年、CG制作会社としてマッシュスタイルラボを設立。2005年にファッション事業に参入、レディスブランド「SNIDEL」の立ち上げを皮切りに、ルームウェアブランド「gelato pique」、ナチュラル・オーガニックコスメのセレクトショップ「Cosme Kitchen」など数多くのブランドビジネスを手掛ける。

老若男女問わず楽しめる
下町アイスクリームダイナー

BIG BABY ICE CREAM

Ice Cream Shop BIG BABY ICE CREAM, Kawasaki
Designer Kentaro Yoshida

神奈川県川崎市中原区新丸子東1丁目829 成川ビル1階
設計／吉田健太郎
施工／タナックス
撮影／高木康広

皆が日常で一息付ける場所

下町の雰囲気が残る、神奈川・新丸子は、学生からおじいちゃんまで老若男女問わず多くの人が訪れる街。「BIG BABY ICE CREAM（ビッグベイビーアイスクリーム）」のコンセプトは、「三世代が楽しめるアイスクリームダイナー」。既存ダイナーの概念を吸い上げ、自分達の考える新丸子的なアイスクリームダイナーを目指した。

ダイナー的な要素は、写真集『Diners：People and Places／Gerd Kittel』を参考に散りばめた。アイスクリームは老若男女が楽しめる食べ物なので、どなたでも入りやすいよう、ファサードはガラス張りとした。アイスクリームを使ったサイドメニューや飲み物も充実しており、滞在時間もメニューによって異なる。アイスクリームだけの短時間滞在のお客様はハイテーブル、サイドメニューと飲み物を楽しむ長時間滞在のお客様はベンチと店内に2種類の客席を設けた。

年齢や性別、国籍、役柄に関係なく、皆が日常で一息付ける場所になればと思う。

〈吉田健太郎〉

左／店内入り口から厨房方向を見る。店内は、白を基調色にアメリカンダイナーを意識したデザイン。手前のベンチ席や奥のカウンター席など滞在時間に合わせて選べる座席を用意した

ファサード。神奈川・新丸子の商店街に位置する。老若男女を問わず、多くの人が通る商店街から、「三世代が楽しめるアイスクリームダイナー」を目指しデザインした

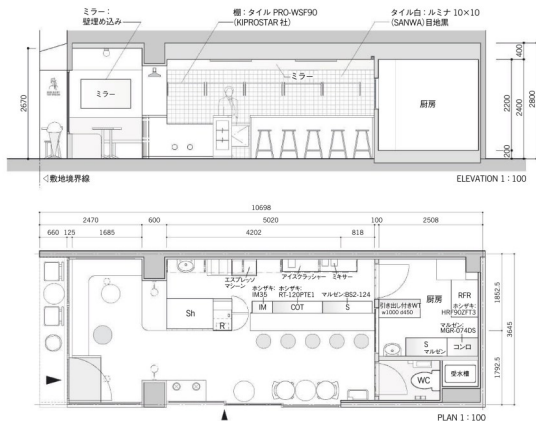
「ビッグベイビーアイスクリーム」data

工事種別：内外装　全面改装
床面積：33㎡（うち厨房9㎡）
工期：2017年11月1日～2018年2月1日

営業内容

開店：2018年2月17日
営業時間：午後1時～午後10時30分（土・日曜日は午前10時30分から）
定休日：なし　電話：(044) 750-9080
経営者：吉田康太郎　従業員：5人
客席数：18席　客単価：600円　客回転数：15回
主なメニューと単価：アイスクリーム ベイビーサイズ290　シングルサイズ390　ダブル580　コーヒー360　ビール500　ワイン600　ブラウニーアイスクーム650　ドーナッツアイスクリーム650

主な仕上げ材料

床：コンクリート下地磁器質タイル貼り
幅木：SUS.HL
壁、天井：PB下地AEP
什器：木下地塩ビ板貼り　カウンター／天板・人工大理石貼り
照明器具：LEDライト

Fruit

果実園と店舗をつなぐ吉野杉の車輪

堀内果実園
グランフロント大阪店

Cafe HORIUCHI FRUIT FARM Grand Front Osaka
Designer Fumitaka Suzuki / Yagyug Douguten

大阪府大阪市北区大深町４丁目20 グランフロント大阪南館地下１階

設計／やぐゆぐ道具店　鈴木文貴
協力／照明計画　モデュレックス　荒木貴純　藤井菜摘
施工／阪急建装

撮影／西岡 潔

陳列什器と一体となった「乗車席テーブル」越しに店内を見る。農園から国産のフルーツを使った商品を届ける「堀内果実園」の姿勢を、ものを運ぶための原始的な手法である丸太を用いて表現した。丸太には、農園が位置する奈良県産の吉野杉を使用している

農園から果物を届ける過程や透明性を空間で表現

古くから柿の名産地として知られる奈良県吉野町。「堀内果実園」は、その山麓で代々果物農園を営んでいる。

JR大阪駅北口の再開発エリアの商業施設に地元・奈良に続く直営2号店が計画された。ここでは「農園から都会へ届ける」ということ、「国産のドライフルーツ」といった商品の独自性を空間に表現したいと考えた。

古代ピラミッド建造の際、大石を丸太に乗せて転がしたと言われている。丸太は車輪の原始的な形である。それを用いることで「運ぶ」という意味や、産地への思いを巡らせる基点としたい。奈良・吉野杉の原木の車輪は農園と店舗をつなぐ象徴だ。また、再開発前は貨物駅跡地であった土地の記憶をたどる表現でもある。

果物の内側（フレッシュで、飾らず隠さず、素直な味）を伝えたい。内装はパテ下地や鉄素地に透明コーティングをすることで「普段は見えない内側をさらす」ことを目指した。一方でスツールやイスは果物に指し込んだフォークやスプーンかのごとく、アルミ鏡面ポリッシュ仕上げとした。店内には、乗車席テーブル・動く冷蔵ケース、可動電源、磁石フックなど、青果の物流現場から発想したディテールを取り入れている。ここに人や産物が行き交い、貨物駅のようなにぎやかな風景と物語が再び生まれればと思う。　〈鈴木文貴／やぐゆぐ道具店〉

「堀内果実園 グランフロント大阪店」data

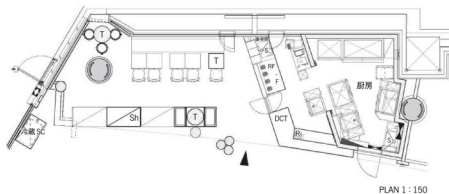
工事種別：内装のみ　全面改装
床面積：50.25㎡（うち厨房23.15㎡）
工期：2019年1月16日〜3月3日
施工協力：厨房設備／アリア　音響設備／JBL　家具／マジス

左／共用通路から見通す。壁面は下地材に透明コーティングを施している。通常内側に隠れている部分をさらすことで、果物本来の味を生かしている店舗の思いを伝える。右手のサイン什器は、電源コードも備えたスタンド席となる　右上／サイン近景。壁面と同様のコンセプトで、あえて配線を表に見せている。可動電源によって、サインや冷蔵ケースを移動できる　右下／店内をカウンター方向に見る。左手の柱周りは軽量鉄骨現しとしている

営業内容

開店：2019年3月14日　営業時間：午前10時～午後10時
定休日：なし　電話：(06) 6467-8553
経営者：㈱堀内果実園　堀内俊孝
従業員数：4、5人　客席数：17席
主なメニューと単価（税別）：フルーツサンド900　デリサンド800～　スムージー600～　くだものソフトクリーム600

主な仕上げ材料

床：軽量コンクリート打設モルタル金ゴテ下地無機系塗り床仕上げ（カラクリート／ABC商会）
壁：PB下地寒冷紗パテしごきUC　一部AEPホワイト　柱周り／軽量鉄骨現し　防火扉／錆止め塗装
天井：PB下地寒冷紗パテしごきUC　一部AEPホワイト
家具・什器：SUSバイブレーション仕上げ　吉野杉材UC　テーブル／ST素地クリア塗装　ホワイトバーチ材UC　レジカウンター／シナ合板ウレタンホワイト刷毛塗装

百貨店の食料品売り場に「人のための居場所」をつくる

PAPABUBBLE 大丸京都店

Art Candy Shop PAPABUBBLE DAIMARU KYOTO
Designer Motoki Yasuhara + Masashi Hino + Mari Tochizawa / SALHAUS

京都府京都市下京区四条通高倉西入立売西町79
大丸京都店地下1階
設計／SALHAUS　安原 幹　日野雅司
　　　栃澤麻利　佐藤亘晟
協力／サインデザイン　氏デザイン
　　　照明計画　大光電機
施工／pivoto
撮影／笹倉洋平

木の曲面がつくる柔らかな場

「PAPABUBBLE（パパブブレ）」の京都第1号店。敷地は百貨店地下の食料品売り場の一角である。「敷地」と書いたのは、私たちがこの店舗を、街並みの中に建築をつくるように設計したからである。当たり前のことだが、こうした売り場においては各店舗が敷地境界線＝リースライン目一杯にカウンターを設置する。残された空間は単なる交通のための道となり、人々の居場所となる空間は残らない。さながら近代都市のようである。私たちはカウンターラインを柔らかくセットバックさせることで、店舗の周囲に、買い物客が立ち止まって一息つくことができるオープンスペースをつくり出した。

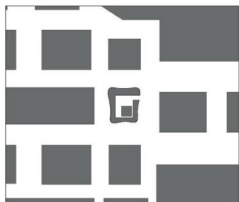
壁面はPAPABUBBLEの看板商品であるキャンディバッグで覆われていて、人々はゆったりとくつろぎながら商品と出合うことができる。カウンターは100㎜角のスギ材を積層し、削り出して製作した。天端や壁面にいくつかの彫り込みがあり、季節ごとに企画される商品が、さまざまな手法でディスプレイされる。木材でつくったのは、ガラスや金属などの素材で構成された売り場の中に、気軽に近付いて、手で触れたくなるような柔らかな場をつくりたかったからである。また、木という自然素材はPAPABUBBLEの小さくて華やかな商品たちの背景としてよくなじむと考えた。

でき上がった店舗は、誘われるように集まってくる人々と店舗スタッフとの間で、親密なコミュニケーションが起こる媒介となっている。売り場全体にとっての、広場のような場所である。

〈安原 幹／サルハウス〉

上／大丸京都店の食料品売り場に店を構える「PAPABUBBLE（パパブブレ）」。什器は100㎜角のスギ材を、向きをそろえて積み、曲線を描くように削り出している。足元を浮かせることで、マッシブな木との対比を生むことを意図した。スチール製のライン照明を取り付けたニッチには、グミや季節ごとに変わる商品を陳列する　左頁下／百貨店の食料品売り場では、多くの店舗がリースラインまで目一杯にショーケースを設置し、商品やポップなど情報量も多くなる。そこで、パパブブレではカウンターラインを柔らかくセットバックさせ、フロア全体に対して引きをつくっている

配置図。フロア全体を都市と見立て、その中の1区画としてデザイン。柔らかくセットバックした曲線が人の集まる場をつくる

幅広い年齢層の客が訪れることから、パパブブレの他の店舗と比べて温かく、親しみやすい店舗となることを意図して木を採用。什器の木部分は土台部分よりも引くことで、手荷物を置くこともできる他、キャンディをかけるフックに客がぶつからないように配慮している

「パパブブレ 大丸京都店」data

工事種別：内装のみ　全面改装
床面積：12.3㎡
工期：2019年2月27日〜28日

営業内容

開店：2019年3月1日
営業時間：午前10時〜午後8時
定休日：なし

電話：(075)288-7187
経営者：㈱PAPABUBBLE JAPAN　横井 智
従業員数：4人
主な取扱商品と単価：キャンディ491〜　グミ260〜

主な仕上げ材料

什器：スギ100角材オイル塗装　土台／OSBt24の上表面仕上げ材塗装t2（ファニチャーリノリウム／Forbo）
照明器具：ST23角t2.3加工3分ツヤ有り焼き付け塗装

PLAN 1：50

断面詳細図 1：15

JR熊本駅から車で約10分の場所に位置する商業施設「サクラマチ クマモト」の地下1階にオープンした「BAKE CHEESE TART」と「CROQUANT CHOU ZAKUZAKU」。同ブランドでは初となる複合店で、2店舗とも白鉄とガラス、モルタルで素材を統一している

素材の使い方で印象を操作する
シャープ＆キュートな什器ディテール

BAKE CHEESE TART / CROQUANT CHOU ZAKUZAKU
サクラマチ熊本店

Confectionery BAKE CHEESE TART / CROQUANT CHOU ZAKUZAKU Sakura-machi-Kumamoto
Designer Gaku Takasu / Takasu Gaku Design and Associates

熊本県熊本市中央区桜町3丁目10 サクラマチクマモト地下1階
ディレクション／BAKE　菊地慎平
設計／タカスガクデザインアンドアソシエイツ　高須 学
協力／照明計画　モデュレックス　厨房計画　アリア
施工／大昌工芸
撮影／山本育憲

家具プロダクトのように店舗をデザインする

BAKEが展開する「BAKE CHEESE TART（ベイク チーズタルト）」と「CROQUANT CHOU ZAKUZAKU（クロッカンシュー ザクザク）」の初となる複合店のデザインである。「BAKE」は、極細の無垢金属棒のみで構成し、極限まで削ぎ落とされたミニマムな什器の上に浮遊するタルトとブランドの象徴である黄色いボックスが並ぶ。対して「ZAKUZAKU」は、ブランドカラーのライトブルーから透明へと変化するグラデーションガラスに、丸い開口部を持った柔らかい印象。同区画内にある二つのブランドを、白鉄・ガラス・モルタルという共通した素材利用で統一しながらも、一方はシャープに、もう片方はキュートにデザインのディテールをつくり込んだ。それにより、互いに異なる二つの独立店舗として引き立たせ合いながらも、ある意味兄妹ブランドのようにシンクロしたイメージを来客者に持って頂ける。そうすることで相乗効果を意識したデザインとしている。空間としてのデザインは、シンプルで清潔な厨房区画のみ整理し、前面に構える什器の細かなデザインだけで店舗全体の印象をつくり込むことを意識。ある意味で大きな家具プロダクトのような店舗デザインとしている。
〈高須 学／タカスガクデザインアンドアソシエイツ〉

**「ベイクチーズタルト／
クロッカンシュー ザクザク サクラマチ熊本店」data**

工事種別：内装のみ　新築
床面積：67.38㎡（うち厨房29.69㎡）
工期：2019年6月10日～9月2日

営業内容

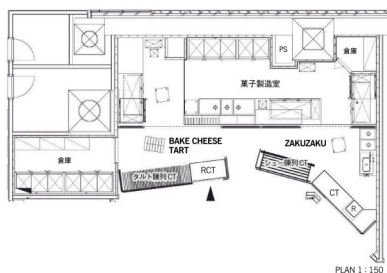
開店：2019年9月14日
営業時間：午前10時～午後9時
定休日：なし
電話：（096）355-5506
経営者：㈱BAKE
従業員：約5人
客単価：BAKE／216円～　ZAKUZAKU／250円～
主な取扱商品と単価：BAKE／焼きたてチーズタルト216　ZAKUZAKU／クロッカンシュー ザクザク250　ザクザク ソフト450　ザクザク くまモンのパッケージ1280

主な仕上げ材料

床：モルタル金ゴテ仕上げ＋防塵塗装
壁：PBt12.5下地左官仕上げ（ジョリパット／アイカ工業）
天井：PBt9.5下地AEP
什器：ベイク／スチールロッドφ10メラミン焼き付け塗装　ザクザク／STφ20×45組み　クリアガラスグラデーション出力シート貼り

左／「BAKE CHEESE TART」では、削ぎ落とされたミニマムなデザインを追求。棚を構成する什器は、無垢スチール棒のみで構成されている　右／「ZAKUZAKU」のファサードのガラス面には、ブランドカラーのライトブルーから透明へとグラデーションで変化するシートを貼った。什器は「BAKE」同様、無垢スチール棒を用いながらも、組み上げる構成とした

PS
倉庫
菓子製造室
BAKE CHEESE TART
ZAKUZAKU
倉庫
タルト陳列CT
RCT
シュー陳列CT
CT
R

PLAN 1 : 150

工房と販売カウンターを一体化した
ガトーショコラ専門店

Chocolaphil エトモ自由が丘店

Confectionery CHOCOLAPHIL Etomo Jiyugaoka, Tokyo
Designer Ryohei Kanda / Roito

東京都目黒区自由が丘1丁目31-11 エトモ自由が丘1階
デザインディレクション／BAKE　勝部竜太朗
設計／ロイト　神田亮平
協力／照明計画　モデュレックス　川上和士
施工／エイムクリエイツ　友田圭亮
撮影／見学友宙

ショップフロント。東急東横線・大井町線自由が丘駅の改札内外に広がる商業施設「エトモ自由が丘」の一角を占め、駅前の道路に面している。左側ディスプレイの鏡面仕上げのステンレス製列柱は、ガトーショコラの材料であるカカオの「森」をイメージし、ランダムに配置された

鏡面仕上げの列柱で
表現された「カカオの森」

「Chocolaphil（ショコラフィル）」は、さまざまなブランドでスイーツ業界を席巻し続けるBAKEが「チョコレートよりもチョコレートを感じるガトーショコラ」をテーマに、新しく開発した専門店である。チョコレートは、カカオの栽培からチョコレートの製造までを監修する鎌倉のショコラティエ「ca ca o（カカオ）」のコロンビア産チョコレートを使用。そのポテンシャルを最大限に引き出したガトーショコラをつくり出している。そこで、工房と販売カウンターを一体型とし、チョコレートの香りや「ガトーショコラ」が焼き上がる様子を五感で感じられるようなショップにしたいと考えた。

ショコラフィルの世界観を表現すべく、「カカオの森」というコンセプトを立てた。まず、チョコレートの原材料である「海を越えてきたカカオ」をイメージソースに、ブランドカラーは広大な海を思わす鮮やかなウルトラマリンブルーとしている。空間の構成は、曲面ガラスに覆われた工房一体型のショップに、カカオの幹に見立てた鏡面の列柱をランダムに配置。実を思わせる楕円のプレートに、商品のガトーショコラをディスプレイしている。

チョコレートの味や風味を守るために古くから保存材として使われていた銀紙を、店舗ではステンレス鏡面へと転換した。味わいを守る機能として使われていた素材は、商品が持っている「艶やかさ」や「華やかさ」を直接的に表現すると共に、カカオから派生するものの広がりや反響の装置として施している。天井は、森の景色をイメージして不規則なパターンのミラー貼りとした。柱や天井の鏡面は、随所に施したブルーの色彩や、ガトーショコラの焼き上がる瞬間、店内や訪れる人々の動きが共に反響し合う仕掛けにもなっている。　〈神田亮平／ロイト〉

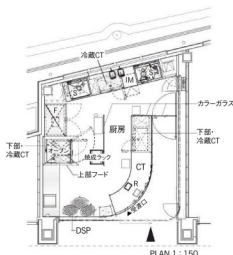
「ショコラフィル エトモ自由が丘店」data

工事種別：内装のみ　全面改装
床面積：30.15㎡（うち厨房20.56㎡）
工期：2018年12月15日〜2019年1月28日

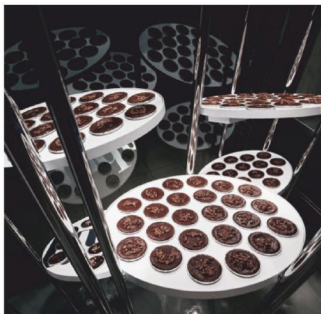
営業内容

開店：2019年2月1日
営業時間：午前11時〜午後8時
定休日：なし
電話：（03）6459-5821
経営者：㈱BAKE　門田 浩
従業員：1〜2人
客単価：1100円
主なメニューと単価：ビスキュイ ショコラ with カカオニブ 280　ガトーショコラ キューブ1380　ガトーショコラ レクタングル2916

主な仕上げ材料

床：既存＋モルタル金ゴテ押さえ下地塗り床材（カラクリート／ABC商会）の上UCトップコート仕上げ
壁：LGS組みPB下地特殊塗装　クリアガラス＋SUSパイプφ25〜40鏡面仕上げ　クリアガラスの上装飾シート重ね貼り（IROMIZU／中川ケミカル）
天井：LGS組みPB＋ボンデ鋼板t1下地SUSミラーランダム貼り
什器：カウンター／テラゾー仕上げ（ビールストーン／ビール・インターナショナル）

左／曲線を描くカウンター。天井にはミラーを不規則なパターンで貼っており、ガトーショコラの焼き上がる瞬間や、訪れる人々の動きが映り込む　右／カカオの「実」をイメージしたディスプレイには、ガトーショコラをディスプレイしている

Waffle

2019年7月、東京・池袋に商業施設「キュープラザ」がオープンした。その5階の映画館「グランドシネマサンシャイン」に付帯する「クラッパーズダイナー」。トレーラー風のカウンターを持つ店舗は、ワッフルなどを提供する

シネコンの中に現れた
アメリカンビンテージ風ダイナー

clappers DINER

CLAPPERS DINER, Tokyo
Designer Eiichi Maruyama / ODEONS

東京都豊島区東池袋1丁目30-3 キュープラザ池袋5階 グランドシネマサンシャイン内
企画・プロデュース／きちりホールディングス
設計／オデオンズ　丸山英一
協力／立体造形　サーカス　島村健治　照明計画　WIN BRIGHT　石原誠弘
アート　OVERALLs　赤澤岳人　山本勇気　特注照明　リーグプロダクツ　小栗裕介
施工／乃村工藝社　欄 めぐみ　阿部祥子
撮影／ナカサ＆パートナーズ

映画の世界からワッフルを売りに来たトレーラー

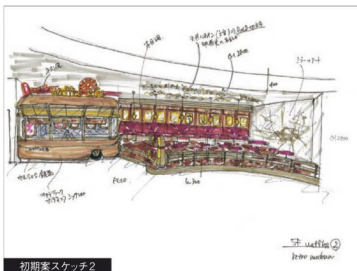
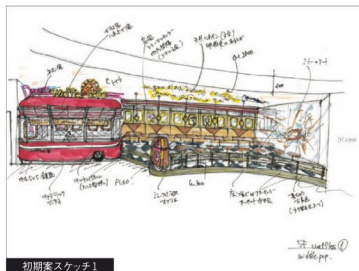
都内最大級のシネマコンプレックスとして東京・池袋に新たに誕生した「グランドシネマサンシャイン」。そのシアターエリアにワッフルカフェ「clappers DINER（クラッパーズ ダイナー）」がある。

古くから現代まで、映画とは多くの知識や技術、夢がいっぱいに詰まった究極のエンターテインメントであり、芸術である。喜怒哀楽という感情に働きかけ、マインドに訴えかけ、世界中の人々を熱狂や感動に包んできた。私もそんな映画に生かされてきた一人でもあるが、そんな夢のような場所にあるカフェはドリーミーなものにしたいと思い、名作にもよく登場するアメリカンダイナーをベースにアレンジを加えることとした。

突如、映画の世界からワッフルを売りにタイムスリップしてきたかのような、不思議でワクワクするようなお店だったら楽しい。カウンターでの販売ではなくてレトロな車で売っていたら、トレーラーで食べている雰囲気だったら、横付けされた車の席にローラースケートを履いたウェイトレスがやってきたら、ジュークボックスもゲームも楽しめたら、テンションも上がるのではないかと考えた。そういった案を調整しながら、ヒストリーを大切にしたシネコン全体のコンセプトとのバランスを取り、チープで浮いてしまわないように、ビンテージ感とポップ感のバランスを配慮した。当時をほうふつとさせる家具や照明器具は全てブロンズに統一。トレーラーを模した窓には、景色の代わりに1950年代のタッチを意識したOVERALLsによる21枚のストーリーアートを配した。「clappers DINER」を舞台にした少年と少女の切なくも純情な物語だ。最高峰の映画鑑賞の前後にでも、ワッフルを食べながらその物語に触れて、映画のようなワンシーンを体感してみてほしい。〈丸山英一／オデオンズ〉

カウンターのトレーラー造形はFRPを用いた

初期案スケッチ1

初期案スケッチ2

初期スケッチ2点。「レトロモダン」（左）と「ミドルポップ」などいくつもアイデアを重ね、組み合わせた（図版提供／オデオンズ）

「クラッパーズ ダイナー」data

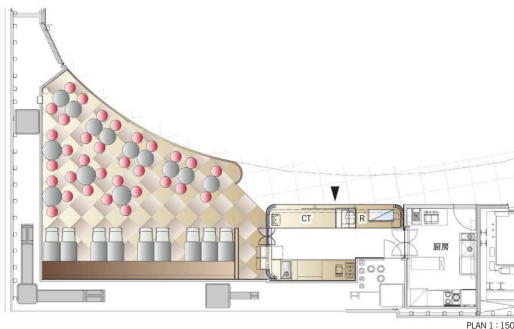
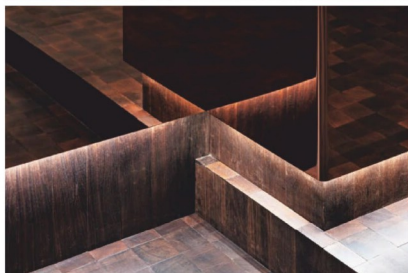
工事種別：内装のみ　新築
床面積：65.99㎡（うち厨房21.46㎡）
工期：2019年5月4日〜7月11日
施工協力：空調・給排水衛生設備／太平ビルケア　厨房設備／北沢産業　照明器具／フジコー　家具／ロックストーン

営業内容

開店：2019年7月19日
営業時間：午前10時〜午後9時
定休日：なし
電話：（03）5985-4311
経営者：佐々木総合管理㈱
従業員：3人
客席数：41席
客単価：880円
客回転数：1回
主なメニューと単価：メイプルチキンワッフル1180　アップルシナモンキャラメルワッフル1280　アメリカンキャラメルポップコーン680　キャラメル ドルチェティ・ラテ680

主な仕上げ材料

床：嵩上げコンクリート下地の上磁器質タイル市松貼り（アドヴァン）　厨房／均しモルタルの上アスファルト防水＋保護モルタルの上長尺シート（ネオセーフ／タキロンシーアイ）
壁：化粧フィルム貼り（ダイノックフィルム／3Mジャパン）　アートパネル設置　ブロンズミラー貼り　ケイカル板t10下地型押しSUSパネル貼り（トゥルー）　SUS.HL貼り　EPツヤあり　ライン行灯／アクリル乳半＋スリットシート貼り　パーティション／ST.FB組みブロンズメッキ加工
天井：LGS組みPBt12.5下地AEP（19-85B ツヤ消し／日塗工）
家具：レジ台／木工造作化粧板貼り
什器：カウンター／天板・メラミン化粧板貼り　腰・FRP造形カバー　返却口／STシート貼り＋メラミン化粧板
サイン：ネオン管

PLAN 1：150

街やブランドのストーリーを表現する壁面と
カウンターでコミュニケーションを誘発する

imperfect 表参道

Well Food Market & Café IMPERFECT Omotesando, Tokyo
Designer Masaki Kato / Puddle

東京都渋谷区神宮前4丁目12-10 表参道ヒルズ同潤館1階
企画・プロデュース／電通ライブ　布施太郎　高畑憲介　青柳裕士　加藤凪紗
設計／Puddle　加藤匡毅　山本佳奈　大滝雄二郎
協力／グラフィック　6D-K　木住野彰悟　本江果鈴
植栽　TSUBAKI　山下郁子　宮原圭史
照明計画　モデュレックス　瀧川将太　服部剛司
施工／電通ライブ　アンドエス　赤井丈浩　秋庭慎一郎
撮影／長谷川健太

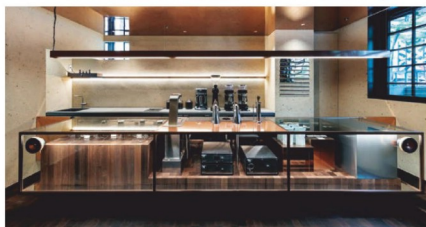
商品を手に取りたくなる広場のような場所

「The world is imperfect, so do well by doing good.（不完全なこの世界。だから、いいことをして世界をよくしていこう。）」というミッションを掲げ、持続的な世界の食と農の在り方を推進するために立ち上げられたブランド「imperfect（インパーフェクト）」による路面店のプロジェクト。クライアントと対話する中で「屋外のような楽しげな空間」という言葉から、人の流れが早い表参道という立地に対して、ゆったりとした時間軸の通りを店内につくり出し、立ち止まって商品を手に取りたくなる広場のような場所を目指してデザインを進めました。

共用通路で二つに分かれた店内は、外部から見て左側のスペースに、世界各地で生産されたナッツやカカオなどを加工した商品を扱う物販エリアを、右側のコンパクトなスペースにはコーヒースタンドを配置しました。ガラスファサードの入り口を抜けると、鏡面仕上げの銅板を用いたナッツやチョコレートの量り売りをする対面接客のカウンターが三つ並び、緩やかな階段状の通路は、もう一つの外のような表情を持つ“通り”としてデザインしています。床には足触りの良い8㎝角の木ブロックを敷き詰め、石張りの歩道との違いを生み出しまし

た。壁は同潤館の外壁で使用されている素材にコーヒー豆を混ぜ、この場所が育んできた時間と、クライアントが心を込めて扱う生豆という二つのストーリーを合わせたテクスチャーとして表現しています。

コーヒースタンドでは、店内の雰囲気をミラー越しに歩行者に伝えるために、天井に鏡面仕上げの銅板を使用。店舗中央には、クライアントの食に対する透明性を象徴するよう、床から立ち上がった角材のベースの上に、ガラス製の透明なカウンターを設えました。普段見えないものを見せることで、お客さまとバリスタの距離感を縮めることも意図しています。銅板や無垢材といった温かみのある素材感と、お客様とスタッフのコミュニケーションに配慮したデザインにより、新たな体験を提供する広場が表参道に生まれました。　〈加藤匡毅／パドル〉

左頁上／表参道ヒルズの1階、ケヤキ並木通り沿いにオープンした「imperfect 表参道」。ナッツやアイスの販売、カフェの営業を行う。ナッツやチョコレートの量り売りや、ケーキを販売するカウンターを通り側に見る。右手壁面のドットはバーが差し込めるようになっており自由に棚の位置を設定できる　左頁下／カウンターの腰は、鏡面仕上げのステンレスが連続する。床には木ブロックを敷き詰めた　右／階段状になった木ブロックの床は、高低差のある表参道の通りを延長したような構成となっている

上／店内をアイスクリームカウンター方向に見通す。テーブル席には植栽が植え込まれた　中／コーヒースタンド。ガラス製のカウンター内には商品だけでなく、アンプなどが配された　下／カウンターのガラス面にはスピーカーが直付けされた

「インパーフェクト 表参道」data

工事種別：内装のみ　全面改装
床面積：120.48㎡（うち厨房30.57㎡）
工期：2019年5月6日〜6月25日
施工協力：厨房設備／マナ・インターナショナル　照明器具／モデュレックス　音響設備／小松音響研究所

営業内容

開店：2019年7月4日
営業時間：午前11時〜午後9時（日曜日は午後8時まで）
定休日：なし
電話：（03）6721-0766
経営者：imperfect㈱
客席数：12席
主な取扱商品と単価：コーヒー ハンドドリップ550　グレーズドドナッツ ハニー＆オレンジ（50g）580　アイスクリーム各種 シングル480〜

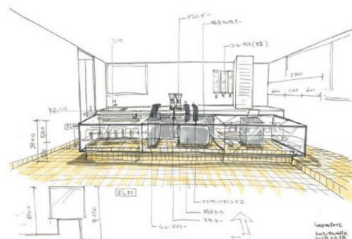
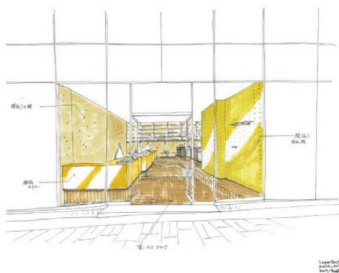
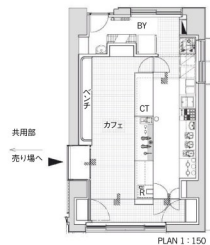
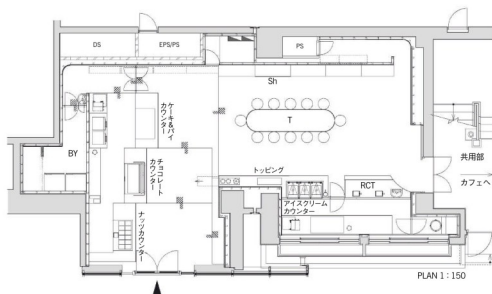
主な仕上げ材料

床：木下地木ブロック
壁：PB下地SUS鏡面仕上げカラークリア銅色塗装　リソイド仕上げ
天井：PB下地SUS鏡面仕上げカラークリア銅色塗装　AEP
家具：テーブル／人造大理石（コーリアン／デュポン・MCC）＋カラーMDF　コーヒーカウンター／SUS鏡面仕上げカラークリア銅色塗装＋ガラス　ハイスツール（アーコール）
什器：カウンター／SUS鏡面仕上げカラークリア銅色塗装＋木ブロック　壁面什器／SUS鏡面仕上げカラークリア銅色塗装＋ラワン合板＋MDF
照明器具：スポットライト、ダウンライト（モデュレックス）

左／壁面には、同潤館の外壁で使用されているリソイド材にコーヒー豆を混ぜ込んだ　右／店舗外観。店舗は、施設の共用通路を挟んで左右に分かれる

初期のイメージスケッチ（2点図版提供／パドル）

PLAN 1 : 150

PLAN 1 : 150

無機質な装いが
五感での味わいを演出する

RIPI

Bakery RIPI, Hiroshima
Designer Hiroyuki Nakamoto / FATHOM

広島県呉市中央1丁目6-3
設計／ファゾム　中本尋之
協力／特注建具、金物　賀茂クラフト　村田 進
　特殊塗装　Shono paint works　庄野樹護
　植栽　フローリストナカムラ　中村圭志
　GREEN'S FARMS　大塩健三郎
施工／松原ハウジング　松原悠樹
撮影／足袋井竜也

左上／広島・JR呉駅前にオープンしたベーカリー「リピ」。閉じた構えの既存ファサードに対し、店内は印象をガラッと変える透明度の高い空間を目指した　左下／壁や床の仕上げから什器や照明に至るまで、装飾性を抑えた構成とした。回遊性を生むため、売り場の中央には島什器を配置。人の動きによって削られ、自然と残されたような形を意図した。店内はエントランスよりも床が低いため、商品が面として見える　右／カウンターの奥に設けた厨房と売り場を、高さ約3.6mのガラスで区画。視覚的な透明感を演出している。壁面の棚は、面で見せる島什器に対し、一つひとつをシンプルに見せることを意図した。壁面装飾は、厨房で用いている3段4枚のオーブンから着想したもので、3×4＝12本の「/（スラッシュ）」をネオンサインで表現した

感覚的な透明度を高める

広島・JR呉駅前にオープンしたベーカリー「RIPI（リピ）」。オーナーからの要望は、透明度の高い空間だった。そのため、厨房と売り場の境界をスチールとガラスで組み、フルオープンにもできるように仕切ることで、厨房は売り場に開かれライブ感ある演出が可能となった。

しかし、視覚的には透明度を演出できたが、オーナーの求めるカタチはより感覚的な意味

での透明度ではないだろうか？

そこで新たな手法として、厨房と売り場の設えのバランスを平均的にそろえることで、二つの空間の連続性を高め、感覚的な透明度によってつながっていくのではと考えた。ここで大事なことは、二つをまったく同じ空間にするのではなく、各空間の基本的な設えや機能は残しつつ平均化させることである。厨房は、排気フードにボリューム感を持たせ、また特殊な石灰ペイントで塗装することで色ムラを出すと共に、グラフィックデザインを入れ込み「少し演出」し、売り場は照明にあえて看板照明を用いるなど、厨房機器の一部のように機械的な手法や素材での空間構成を試み、機能的に装飾を「少しだけそぎ落とした」。

二つの空間は、機能を主張したままお互いに補完し合い、視覚のみではなく五感でつながりを感じさせることに成功したのではないだろうか。無機質な素材と色で空間を平均化したことによって、有機的なものは中央の白い平台とパン、植栽、人間のみになる。

パンを焼く香りや艶感、職人のパンに対する思い、売り手の温もりを無機質な空間に対比させることで、それぞれがアートピースのように意思を持ち、輝きを放つ。その輝きが、お客様に雰囲気として自然に伝達していくように設計した。　〈中本尋之／ファゾム〉

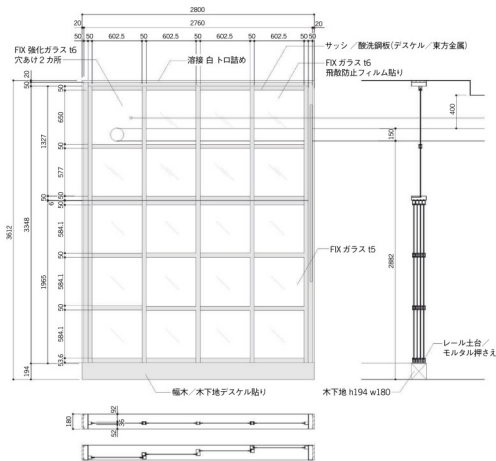
厨房と売り場を区画するガラス戸は開け放つことができる。装飾をそぎ落とした売り場と演出を加えた厨房には、それぞれの個性を保ったまま似た設えを持たせ、二つの空間の連続性を高めている

左／入り口脇の陳列棚。垂木組みの脚部とステンレス製の天板という明快な構造をそのまま表し、シンプルながら素材の持つ表情が空間を彩る。島什器やペンダント照明は、パン屋らしさを残した個所　右／厨房内の排気フード。色ムラを付けた塗装とグラフィックで装飾性を持たせている

FIX 強化ガラス t6
穴あけ2カ所
溶接 白 トロ詰め
サッシ／酸洗鋼板(デスケル／東方金属)
FIX ガラス t6
飛散防止フィルム貼り
FIX ガラス t5
レール土台／
モルタル押さえ
幅木／木下地デスケル貼り
木下地 h194 w180

ガラスパーティション 詳細図 1：50

WC
槽シンク
ミキサー
Sh
台下 RF
ガスコンロ
ドゥコン
兼用オーブン
厨房
下がり壁
IM
RFR
シェルフラック
天板差ラック
移動式WT
引き戸
SC
RCT
DSP
CT

PLAN 1：150

「リピ」data

工事種別：内外装　全面改装
床面積：44.2㎡（うち厨房26.6㎡）
工期：2019年3月20日～4月23日
施工協力：空調設備／リノベートファーム　電気設備／こんせんと　給排水衛生設備／せとうち設備　厨房機器／スズキ産業　照明器具／シマダ　家具／やまもと木工　什器／松原ハウジング　サイン／アイケー美創

営業内容

開店：2019年5月1日
営業時間：午前9時～午後6時
定休日：月曜日
電話：(0823)69-7511
経営者：山本圭太
従業員数：4人
主な取扱商品と単価：まんまるクリームパン200　フルーツサンド300　コーヒー200～250

主な仕上げ材料

サイン：壁面ステンシル／ラーチ材の上ステンシルグレー染色　インクジェットPL浮かし付け
床：コンクリートワックス仕上げ
壁：PB下地AEP　天井：既存コンクリート
家具：ラスカット下地カチオン金ゴテ押さえ
什器：陳列棚／脚・杉材垂木組み小口白塗装　天板・SUSバイブレーション仕上げ　島什器／スタイロフォーム下地カチオン金ゴテ押さえの上OP白
照明器具：看板照明

“日本のパン”を打ち出すベーカリー

365日と日本橋

Bakery 365 NICHI TO NIHOMBASHI, Tokyo
Designer Fumiyasu Kawamura / VYONE

東京都中央区日本橋2丁目5-1 日本橋髙島屋S.C.新館1階
設計／ヴィヨン　川村文康
協力／照明計画　大光電機　渡辺嘉恵
グラフィック　ライツデザイン　植栽　SPIRALS　ジョン・ムーア
施工／スペース
撮影／藤本一貴

店内を見せながら視線は隠すデザイン

渋谷区富ヶ谷の総合食料品店「365日」初の商業施設への出店計画である。地下鉄からのアクセスが容易で、商業施設としては珍しく早朝から営業し、オフィスワーカーの日常にも寄り添うS.C.のメインエントランス横が敷地である。計画にあたり、富ヶ谷の店舗イメージを変えることなく、そのままを持ち込むことが念頭に置かれた。使い勝手も既存店を踏襲することからスタートしたが、変則的な形状と厳しい法規条件が重なり、レイアウトはかなり難航した。

結果、メインショーケースを中心にイートインスペースとレジスペースへ二手に分かれる変則V字型のレイアウトとし、販売スタッフと厨房からの動線が交差しないよう配慮しつつ、二つの動線が無駄なくシームレスにつながるよう計画した。

メインショーケースは魅力的に見せたいが、対面販売のためスタッフが表を向き、入ろうとするお客と視線が交差しやすくなってしまう。そこで、お店の顔でもあるガラス面の物販棚の高さを念入りに調整して目隠しとした。入り口正面に対峙する食パンラックは、アイキャッチでもあり、目隠しとしても機能する傍ら、パンとの距離をぐっと近付ける。ショーケースはパンの全貌が見やすく、かつ離れ過ぎない距離感を保つ。対面販売形式だが、その際もペンダントライトを設けることで、スタッフとお客がちょうど良い距離感を保てるよう配慮した。店内動線は一方通行のため、出口は壁面と一体化させ、入り口との差別化を図っている。ガラス面を多く取り、全貌が見渡せつつも希薄な印象にならないよう壁面のボリュームを考慮し、仕上げ材のバランスを計画した。

メインエントランスの横ではあるが、地下鉄からの利用を考えると、地上への出口、日常のスタート地点でもある。日常に寄り添う店舗となることを願っている。〈川村文康／ヴィヨン〉

上／ショップフロント。「日本のパン」をコンセプトにしたベーカリーらしくショップデザインは和モダンを意識。入り口は格子の引き戸となっている。左はイートインスペース。右がレジカウンターで、レジ側に出口がある　下左／ベーカリーはセルフ方式ではなく、スタッフが商品を説明する対面販売形式。効率的な動線にするため、店内はほぼ一方通行となるよう通路幅は95㎝。左の窓際の陳列棚は米や味噌、調味料などをセレクトした食物販コーナー　下右／出口から店内を見る。右がレジカウンター。奥がイートインスペース

入り口からイートインスペースを見る。奥の厨房が見えやすいように開口を大きく設けている。入り口正面にはパンラックを置き、スタッフと客の視線が合うのを避けると同時に、パンが目に入るようにしている

パンだけでなく、
米や味噌などの加工品を並べた
"食のセレクトショップ"を提唱。

混雑時の動線を考え、
入り口と出口を別にし、
店内は一方通行に。

通常ベーカリーで使われる
デッキオーブンではなく、
効率良く焼ける
コンベクションオーブンを利用。

パンラックは入り口正面に位置し、
パンが目に飛び込むようにしつつ、
スタッフとお客の視線が合わないよう
目隠しとしても機能する。

RCT
物販コーナー
DSP
オーブン
COT
SC
ドゥコンディショナー
IM
ラック
パンラック
SC
厨房
CT
RFR
COT
DSP
パンラック
イートインスペース
RFR
ミキサー
IM
CT

商品についてスタッフに
聞いてほしいという思いから
対面販売に。

テイクアウトショップは売り場面積より
厨房面積が売り上げを左右する。
加工品の製造やイートインのカフェメニューも
調理するため、キッチンは広め。

店の外から見えるようにすることで
お客がいる安心感を与える。

入り口は格子の引き戸。
自動ドアではなく、自分で開けることで
入店の意識を高める仕掛け。

PLAN 1 : 100

「365日と日本橋」data

工事種別：内外装　新築
床面積：84.74㎡（うち厨房44.55㎡）
工期：2018年4月17日～5月18日
施工協力：厨房設備／愛工舎製作所　アイアン什器／工房1530℃

営業内容

開店：2018年9月25日
営業時間：午前7時30分～午後8時（土・日曜日・祝日は午前10時30分～）
定休日：なし
電話：(03) 5542-1178
経営者：ウルトラキッチン㈱
主な取扱商品と価格帯：クロッカンショコラ380　365日×食パン290　100％＝ソンプルサン280　十勝小豆×あんぱん200　365日×クロワッサン240　イートイン／サラダボウル1000～　オープンサンドウィッチ1000～　ブレンドコーヒー350

主な仕上げ材料

外壁：LGS組みケイカル板t6二重貼り下地ジンク板貼り（VMZINC／ユミコアジャパン）
サイン：黒皮鉄板の上真鍮板抜き文字
床：モルタル金ゴテ仕上げの上磁器質タイル貼り　厨房／モルタル金ゴテ仕上げの上長尺シート貼り
壁：LGS組みPBt12.5下地AEP　PBt12.5下地不燃合板ボード貼り（ニッシンイクス）　クリア焼き付け黒皮鉄板貼り　厨房／耐水PBt12.5下地タイル貼り　AEP
天井：PBt12.5下地AEP　厨房／ケイカル板t6AEP
家具：節有りオーク材突き板UCL
什器：パンラック／黒皮鉄オイル仕上げ　カウンター／天板・古材蜜蝋仕上げ（ハンドヒューンビーム／アルベロプロ）

INTERVIEW

「365日」オーナーシェフ・杉窪章匡さんに聞く
行列のできるベーカリーのつくり方

東京・富ヶ谷にあるベーカリー「365日」のオーナーシェフであり、直営店として「365日と日本橋」、カフェ「15℃」、新宿京王百貨店内にある「ジュウニブンベーカリー」を運営する他、渋谷の「グリーン・サム」(P.182)、学芸大学の「サンチノ」など、プロデュースも手掛ける杉窪章匡さん。異なるコンセプトで次々と話題店を仕掛ける気鋭のパン職人に、店づくりのセオリーとコンセプト開発の極意を聞いた。

取材・文/佐藤千紗

すぎくぼ・あきまさ
1972年石川県生まれ。辻調理師専門学校卒業後、パティシエとしてキャリアを積んだ後、渡仏。帰国後、人気ブーランジュリーのシェフとなり、パン職人に。2013年に(株)ウルトラキッチンを立ち上げ、「365日」を開業。全国の生産者と共に日本の小麦を活性化させるプロジェクト「新麦コレクション」も手掛けている。

日本のパンを世界に発信

2018年9月、日本橋高島屋S.C.新館オープンに伴い、エントランスから一番近い注目のテナントとして誘致されたのが「365日と日本橋」だ。出店にあたっては、富ヶ谷の本店のつくりをなるべく生かすことが意図された。「重視するのは商圏、つまり地域性です。日本橋は東京の東側で、富ヶ谷とは商圏が被らない。また、日本橋という土地柄、日本のパンを打ち出す『365日』のイメージを踏襲するのが良いだろうと判断しました」と杉窪さんは語る。

「365日」は国産小麦を使用し、小麦の味を生かした新鮮で素材感のあるパンが特徴だ。水分量が多く、もちもちとした食感で、すっきりと噛み切れ、すっと飲み込める。「"日本のパン"を世界に発信したいと思っています。だから、店名も日本語で、インテリアも和モダンを意識しました」。従来、パンの世界はフランスが本場と考えられ、店名もインテリアもヨーロッパテイストが多かったが、杉窪さんは逆転の発想をしている。店内には格子や木材、日本的なグリーンを取り入れた。

厨房の生産量が
ベーカリーの売り上げを決める

店舗の特徴を見てみよう。入り口は格子の引き戸。中に入るとアイアン製のパンラックに並んだ焼き立てのパンが目に入る。店内はベーカリーで一般的なセルフサービスではなく、カウンター越しの対面販売。パンだけではなく、セレクトした食料品も扱う物販コーナーがあり、イートイン席も併設している。こうした特徴に杉窪さん独自の店づくりの考えが反映されている。

「テイクアウトショップにとって、コンビニエンスストアは脅威です。同じことをやっても仕方がない。コミュニケーションが求められないコンビニのような自動ドアではなく、あえて自分で開閉する引き戸にして、人の家にお邪魔する感覚になればと思いました。また、うちはオリジナル商品が多いので、スタッフに直接聞いてもらいたいという思いから、対面販売。一方で、店に入るのに必要以上のプレッシャーは与えたくないので、入り口正面にはパンラックを置き、スタッフとの間のパーティションとしています」

テイクアウトショップならではの工夫は、イートインとキッチンのつくり方に表れている。「ベーカリーの特徴は滞在時間が短いこと。そのため、外から見える場所にイートインをつくりました。外からは中にいるお客さんが見え、入りやすくなる。また、テイクアウトショップは売り場面積が狭くても売り上げには関係ありません。厨房でどれだけ生産できるかが鍵なのです。そのため、オーブンはベーカリーで一般的なデッキオーブンではなく、コンベクションオーブンという、省スペースで生産効率が高いものを採用しています。『365日』のパンは無添加。ハムやベーコンなどの副食材も自分たちでつくるので、どうしても厨房面積は広くなります」。「365日」では厨房も売り場と同じ10坪とし、年商は2億円だという。

世の中の動きを見て
自分なりの答えを提案する

杉窪さんは、現在四つの直営店だけでなく、次々と新たなコンセプトのベーカリーをプロデュースしている。新店舗のアイデアはどのように発想しているのだろう。

「世の中の動きとそれに対する自分の回答を提案するようにしています。例えば今、食の世界では、サステイナブルで社会貢献をする店が注目されています。それに対し、『グリーン・サム』では、"アーバンファーム"をコンセプトとしました。店の前のテラスに畑をつくり、作物を育てることで、スタッフもお客も自然や農業から気づきを得て、学ぶことができるからです。私自身、十年前から生産者の畑に通い、今では自社の畑でも小麦を育てていますが、学ぶことが多いです」

今後は、来春、二子玉川と三軒茶屋に2店舗をオープン予定だ。三軒茶屋では1階にベーカリーとスイーツと花屋、2階にロースターカフェがある複合ショップを計画中。

「忙しい共働き家族の日常にプラスαすることで、少し気分が良くなるものを集めた店です。特定の目的を持って行く店ではなくて、発見型の店づくりを意識しています。そこに行けば何かある。同じ感覚の人が行くだけで楽しめたり、心地良いと感じるセレクトショップ。従来の形式にとらわれず、今の時代に合った価値を提案したいですね」

上/渋谷区富ヶ谷にある「365日」 下/新宿京王百貨店内にある「ジュウニブンベーカリー」(写真提供/ウルトラキッチン)

「アーバンファーム」を実践するベーカリー

GREEN THUMB

Bakery GREEN THUMB, Tokyo
Designer Fumiyasu Kawamura / VYONE

東京都渋谷区桜丘町28-9 Va West 1階

企画／ロイヤル・アーツ　安達建之
監修／ウルトラキッチン　杉窪章匡
設計／ヴィヨン　川村文康
協力／照明計画　大光電機　坂田朋子　グラフィック　ライツデザイン
　　　植栽計画　SPIRALS　ジョン・ムーア
施工／丹青社

撮影／青木勝洋

左／店内を見る。浮かび上がるようなキャンティレバー構造のカウンターが目を引く。奥にも窓があり、裏庭のグリーンが目に映る。壁面は小さなアートギャラリーとして、器や写真を展示する　右頁上／店内からガラス張りのエントランス開口部を見返す。畑から遊歩道へとつながる緑を背景にして、パンが浮かび上がる。パンを載せた黒皮スチールのすのこはオリジナル　右頁下／カウンター下の床は三和土風仕上げ。コンクリートのカウンターが持ち上がり、地面が露出しているかのような意匠としている

都会の緑の中に浮かび上がるパン

チョコレートショップ「green bean to bar CHOCOLATE」やカフェ「WHITE GLASS COFFEE」（P.74）を運営するロイヤル・アーツが、渋谷区富ヶ谷の人気ベーカリー「365日」の杉窪章匡氏を監修に迎え、ベーカリーショップを計画。キーワードは「近未来の都市型ベーカリー」、「シティーファーマー」、そして、「育てる、愛でる」。壁面を緑化し、ギャラリーを併設したいという具体的な要望もあった。

敷地は再開発が進む渋谷駅桜丘口から程近く、大通りから一本裏に入った静かな坂道沿いに位置する。店舗正面にはウッドデッキがあり、向かいには遊歩道の緑が広がっている。現場に訪れた際、フロントサッシに映り込む緑の奥に、裏庭の景色が浮かび上がるのが印象的だった。力強い柱梁に囲まれた内部は一段下がった洞窟のようで、中から見る木々はとても生きいきと感じられた。

既に魅力的な空間を、新たに装い覆い隠すのではなく、既存を生かすことで、この場所を開拓するシティーファーマーとなるのではないかと考えた。既存サッシは、改修の際、更に周囲を映し込むよう全面ガラスとした。ファサードの壁面緑化と連続した緑の中にパンが浮かび上がる。

店内は外部と打って変わり、既存コンクリートをそのまま使用した。店内と厨房の天井の段差をガラスの区画壁で視覚的に解消し、ベーカリー、ギャラリー、厨房を違和感なくつなげることで、裏庭と正面の緑をどこにいても感じさせる。メインディスプレイはスラブを切り取ったようなカウンターに、畑を模したすのこを敷き、パンが並ぶ。コンクリートすら大地とみなし、切り開く思いを込めた。

店舗正面に設置した畑では、小麦やハーブなどを栽培していく。手間はかかるかもしれないが、日々の変化が街とつながるきっかけとなり、店舗のアイデンティティーも育てていく。街と共に育ち、根付くことを願っている。

〈川村文康／ヴィヨン〉

ファサードの壁面緑化にはハーブや野菜など、食べられる植物を植え込んでいる。テラスの畑ではパンの原料となる小麦をスタッフが育てる。現在は休閑期のため土に養分を与えるソバを育成中。無農薬・無肥料・伝統種を使った自然農法による畑は、SPIRALSのジョン・ムーア氏が監修。専門学校の製パン専攻の学生に対し、畑を利用したワークショップも実施している

カウンター詳細図 1：40

PLAN 1：150

「グリーン・サム」data

工事種別：内外装　全面改装
床面積：59.14㎡（うち厨房34.85㎡）
工期：2019年1月15日〜3月13日
施工協力：厨房設備／愛工舎製作所　アイアン什器・すのこ／工房1530℃　外壁緑化／東邦レオ

営業内容

開店：2019年5月10日
営業時間：午前10時〜午後7時
定休日：なし
電話：(03)6452-5611
経営者：㈱ロイヤル・アーツ
従業員数：7人
主な取扱商品と単価：ホワイトブレッド500　グリーンサム3種240〜270　グリーンサムサンド（ハーフ）550　いちごマフィン350

主な仕上げ材料

外壁：既存RC緑化（ハイクライム・ネスト／東邦レオ）
外床：既存ウッドデッキ
サイン：コンクリート
外部畑：CB下地モルタル金ゴテ仕上げ
床：既存土間コンクリート下地モルタル金ゴテ押さえUCL　厨房／床上げシステムの上長尺シート貼り
壁：既存RC　ギャラリー／LGS組み合板t9＋PBt12.5下地AEP　厨房／NDボードt12.5＋t15 S1工法タイル貼り
天井：ケイカル板t8下地AEP
家具：ラワン合板下地UCL
什器：ショーケース／オーク無垢材UCL　什器／スチール素地クリア焼き付け塗装　すのこ／黒皮鉄オイル仕上げ　カウンター／天板・鉄骨組みコンクリート打設　腰・合板下地鏡面SUS貼り

Bread

温かみのある間接照明と
リブ材が生み出す陰影で客を引きつける

熟成純正食パン専門店 本多
姫路総本店

Bakery HONDA, Hyogo
Designer Ryuji Takenaka + Takenori Saga / mattch

兵庫県姫路市二階町48

ディレクション／本多弘幸
設計／マッチ建築設計事務所　竹中隆士　佐賀矛規
協力／設計　Knowledge Base Design　田中慎一　照明計画　モデュレックス
施工／香木家　スナガワ

撮影／ナカサ＆パートナーズ

「熟成純正食パン専門店 本多 姫路総本店」（18年7月号）のリニューアル計画。ファサードは、ガラス面を広げ、間接照明で温かみを演出することで、商店街からアイキャッチになることを意図した

1年経過して気付く改善点

「えっ！本当に……?!」。以前設計させて頂いた、兵庫・姫路の食パン専門店「本多」（18年7月号）を、1周年を機に改装したいとの連絡があった。「前のデザイン好きだったのにな」と思いつつ、リニューアルすることになった。

しかしながら、打ち合わせを進めると、「外観を間接照明に囲まれた温かい感じに」「入り口のガラス部分をもっと大きく」「レジ台の向きを入り口に対して横向きだったのを正面に向けたい」「黒色やリブ材を使いたい」「パンのディスプレイを増やしたい」と、クライアントからの要望はとても的確だった。

外観の温かな存在感は、商店街を歩く客からすぐに目が止まり、ガラス面を大きくすることで、外から店内が見えるようになり、今まで以上に客が入りやすい雰囲気を演出する。店内のカウンターは、入り口に正対する方が接客しやすく、客にとっても出入りがスムーズに。また、リブ材を使用し他店との差別化を図り、要所を黒色で締めることにより、上質感を強調した。パンのディスプレイは、一目で食パン専門店と分かるように、本物の食パンを加工したディスプレイを設置した。

1年経過していろいろな改善点に気付き、それを実行するクライアントの熱意は素晴らしいと思う。なかなかできることではない。同じ場所で同じブランドの店をリデザインする、貴重な経験ができたことに感謝したい。

〈竹中隆士／マッチ建築設計事務所〉

「熟成純正食パン専門店 本多 姫路総本店」data

工事種別：内外装　部分改装
床面積：56㎡（うち厨房27.08㎡）
工期：2018年10月26日～11月22日
施工協力：空調・電気設備／K.Sサービス　給排水衛生設備／三枝水設　厨房設備／レマコム　照明器具／内橋電工　家具／クマノ　サイン／木炭社

営業内容

開店（リニューアル）：2018年11月23日
営業時間：午前11時～午後6時
定休日：火曜日
電話：（079）240-5534
経営者：㈱本多　本多弘幸
従業員：6人　客単価：1300円
主な取扱商品と単価：本多の熟成純生食パン 雅800　白鷺1000

主な仕上げ材料

外壁：PBt12.5下地リブ材市松貼り（サカイリブ／サカイ）漆喰風塗装仕上げ
サイン：表札／パン樹脂固め加工内部照明設置
床：コンクリート下地ビニル長尺シート貼り
幅木：PBt12 .5下地メラミン化粧板貼り（SAL1836 KG／アイカ工業）
壁：PBt12.5下地リブ材貼り（サカイリブ 漣03／サカイ）化粧フィルム貼り（IL1853／3Mジャパン）
天井：PBt12 .5下地リブ材貼り（サカイリブ モアモア／サカイ）漆喰風塗装仕上げ
什器：カウンター／メラミン化粧板貼り（SK6400 KG／アイカ工業）　腰・パン樹脂固め加工内部照明設置　壁面什器／サカイリブ漣03化粧フィルム貼り（IL1853／3Mジャパン）
照明器具：パン型照明（パンプシェード）

左／天井や壁面にリブ材を貼ることで、温かみのある店内に陰影を生み出し、デザイン面で他店との差別化を図っている　右上／壁面什器は、姫路城の石垣の格子パターンをモチーフにしている　右下／カウンターに配されたパンは、本物のパンを樹脂で固めたもの

カフェ特集関連号

ここ数年、驚くべき勢いで全国に「居心地の良いカフェ」「丁寧に美味しいコーヒーを淹れるコーヒースタンド」が続々とオープンしています。その勢いは衰えません。そこで、「月刊 商店建築」と増刊号では、空間デザイナーと店舗オーナーの皆さんに向けて多数のカフェ設計資料を刊行しています。焙煎工房を併設したカフェや和カフェなど、最新のカフェデザインを写真と図面でお見せします。カフェの設計では、世界観づくりと素材感が重要です。最新の資料でカフェのデザイン手法とトレンドを掴んでください。

スタバ
ロースタリー他、
カフェ多数掲載

定価2,138円
(本体1,944円)

「商店建築」2019年6月号

新作／スターバックス リザーブ ロースタリー 東京(隈研吾建築都市設計事務所　スターバックス コーヒー ジャパン)
特集／**気軽に立ち寄れる飲食空間**
■三富センター(森井良幸＋カフェ)
■ブルーボトルコーヒー 神戸カフェ(スキーマ建築計画)
■ソソパーク(スタジオトーキョーウェスト一級建築事務所)
■蔵元焙煎茶寮 京や八右衛門 ストリーマー京(ログデザイン)…他多数掲載

増刊号

vol.3
2020年
1月31日(金)
発売予定!

各定価2,200円(本体2,000円)

「good design cafe vol.1&2」

vol.1 サードウェーブコーヒーから和カフェまで50件掲載
■%ARABICA Kyoto Arashiyama(PUDDLE)
■GOOD TOWN DOUGHNUTS(トリムタブ)

vol.2 クラフトチョコやベーカリーを交えながら50件掲載
■KOFFEE MAMEYA(Fourteen stones design)
■POTASTA 千駄ヶ谷店(バナナオフィス)

11
2018

定価2,138円
(本体1,944円)

「商店建築」2018年11月号

カフェ大特集
■ポール・バセット 逸脱駅店(スピン・オフ)
■ダンデライオン・チョコレート 京都東山一念坂店(フミヒコサノスタジオ)
■ブリコラージュ ブレッドアンドカンパニー(デザインスタジオ グラム)
■甘味茶屋 七葉 沖縄デパートリウボウ店(カミトペン一級建築士事務所)
…他多数掲載
図面集 コミュニケーションを生み出すカフェの家具&什器デザイン

増刊号

定価3,565円
(本体3,241円)

「カフェ開業 パーフェクトマニュアル」 竹谷稔宏 著

■第1章 コーヒーの起源・変遷と歴史
■第2章 コーヒー抽出方法と機器選定のポイント
■第3章 カフェコンセプトの設定方法と進め方の手順
■第4章 多様化するカフェ、ニューウェーブまで業態事例集20
■第5章 カフェ開業の夢の扉を開く
飲食店コンサルタント歴40年、500社以上の仕事を手掛けてきた著者が書き下ろした渾身の1冊。

ご注文は商店建築WEBサイトより ☞ https://www.shotenkenchiku.com

ADVERTISING FEATURE

広告企画

ファサード＆ルーフ

店舗・商業施設のファサードは、街並みを彩る華やかさとともに、
周囲の環境との調和が求められます。
本特集では、店舗・商業施設の意匠性高い外装を構成する
ファサード＆ルーフ用建材と、
夜間に美観を付加するライトアップ用照明器具を紹介します。

※価格は税別金額です。

現場でのコーナー処理、
トメ加工が不要の不燃装飾材

NEXモール

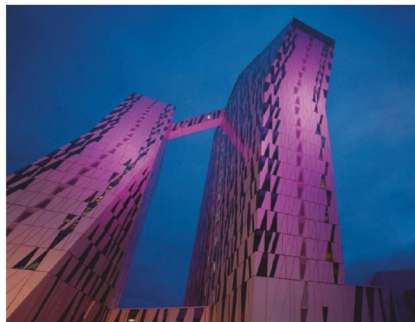
「NEXモール」は不燃認定取得済みの高耐久不燃装飾材。材質は有機質系繊維混入セメントケイ酸カルシウム材。モールディングをはじめ、造作部材や装飾柱を豊富にラインアップしている。モールディングには出隅、入隅コーナーと左右エンド加工済の役物を用意しているため、現場でのコーナー処理やトメ加工が不要になる。作業時間の短縮にも繋がり、効率の良い施工が可能になる。構成物質にはアスベストや揮発性有機化合物を含まない安全な材質を用いており、さまざまなシーンでの使用が期待できる。外装用のシーラー処理と塗装を確実に施すことで、カフェやレストラン、公共施設でも安心して使用が可能。

みはしショップ
URL◎https://www.mihasishop.jp
電話◎(03) 5967-0525
〔資料請求番号701〕

屋外対応フレキシブルLEDウォッシュライト

X BRICK

屋外での使用に耐える強靭かつコンパクトなボディのフルカラーLEDフラッドライトの高出力ハイパワーモデル「X BRICK」。RGBW 4 in1 LEDによる美しく、多彩なカラーミックスが特長。工具なしで変えられる拡散フィルタ(20°、40°、60×10°)、本体だけでそのまま床置が可能なベース付きブラケットが付属する。電源一体型で設置も簡単。サイズ：w438×h323×d177㎜。

ウシオライティング
URL◎http://www.ushiolighting.co.jp/
電話◎(03) 3552-8267
〔資料請求番号702〕

鮮やかな色彩表現と白色光で建築物を美しく照らすLED投光器

ReachElite IntelliHue 300 Powercore

大規模なライトアップに適した高出力のLED投光器。フルカラー照明の基本である赤、緑、青の三原色の他に、4番目の光源としてミントホワイトのLEDを搭載し、鮮やかな色彩からバランスのとれた質の高い白色光まで、必要とされる光を正確に表現する。3つの発光面の角度を個別に調整できるため、照明1台で高さの異なる部分を狙って照射できる。消費電力300W、屋外使用可能(保護等級IP66)。配光角2.6度。別売品として拡散レンズ7種類やルーバーなどがある。

カラーキネティクス・ジャパン
URL◎http://www.colorkinetics.co.jp
電話◎(03) 5159-1290
〔資料請求番号703〕

伝統の板葺き屋根の意匠を
金属屋根で再現
大和葺元旦

飛鳥時代から桃山時代にかけて多用された段差のある屋根葺き工法「大和葺き」を金属屋根で再現した「大和葺元旦」。有効幅と高さを建物サイズに合わせて製造する可変式とすることで、和風・伝統建築からモダン建築まで幅広い建物に対応する。耐久性と防水性に優れる嵌合式により精度が高く美しい仕上がりが得られる。屋根だけでなく外壁に使用することも可能で、風情ある街並みにも調和する。材質は、カラーガルバリウム鋼板、フッ素ガルバリウム鋼板、亜鉛めっきステンレス(いぶし銀)、カラーアルミ、フッ素アルミを用意。受注対応品。

元旦ビューティ工業
URL◎https://www.gantan.co.jp
電話◎0120-09-4939
〔資料請求番号704〕

屋外の利用にも適した水蒸気式高温熱処理木材
コシイ・スーパーサーモ

越井木材工業の水蒸気式高温熱処理木材「コシイ・スーパーサーモ」。北欧・フィンランド発祥のサーモウッド技術を、日本の気候でも使用できるように国産材に合わせて改良し、同社の国内工場で生産している。最大の特長は寸法安定性で、耐朽性や断熱性にも優れている。また、薬剤を一切使用せず、水蒸気と熱のみで処理するため高い安全性と環境にも優しい。ルーバーなどの外装材や軒天、ウッドデッキなど、特に屋外への木材利用に最適。スギやヒノキといった針葉樹から広葉樹まで幅広く対応し、地域産材を指定して製造可能。

越井木材工業
URL◎http://www.koshii.co.jp/
電話◎(06) 6685-2061
〔資料請求番号705〕

屋根材による外壁仕上げ工法
CBウォール工法

ケイミューの「CBウォール工法」は、スレート屋根材のカラーベストを使用し、下見板張りで外壁を仕上げる工法。屋根と外壁を同じ材料で仕上げることができ、一体感のある個性際立つ外観デザインを実現する。カラーベストは豊富な色や形状を用意し、軽さや強さ、断熱性、防水性、色あせがしにくいなど高い機能性を保持。断熱性は窯業系サイディングと同等。また、出隅、入隅の専用部材も豊富にあり、外観の細部まで美しく仕上がる。写真右は「コロニアルグラッサ」の事例。準耐火・防火構造認定取得。サイズ・価格:「コロニアルグラッサ」w414×ℓ910×t5.2㎜・12,800円/坪。

ケイミュー
URL◎https://www.kmew.co.jp/shouhin/roof/cbwall/
電話◎0570-005-611
〔資料請求番号706〕

オーダーメイドの金属加工ファサード
デザイン・パンチング

メタルならではの高い意匠性と機能性を確保しつつ、さまざまなパンチング建材を実現する菊川工業の「デザイン・パンチング」。パンチングの形やピッチ・サイズが織り成す多様性に加え、各種金属素材とその表面処理仕上げ、曲げや溶接といった金属加工と組み合わせることで、オーダー通りのデザインを実現する。写真の「江戸遊（東京・両国）」では長尺のアルミパネルに青海波柄をパンチングで描いている。形状の自由度も高く、外装だけでなく内装壁や天井など、さまざまなシーンに適用できる。

菊川工業
URL◎https://www.kikukawa.com/　電話◎（03）3634-3231
〔資料請求番号707〕

四季を通して開放的な空間を演出する屋外専用ロールスクリーン
Ziptrakロールスクリーンシステム

季節や天候に合わせて自由自在に開閉でき、手動で高さの調整も可能な屋外専用ロールスクリーン「Ziptrakロールスクリーンシステム」。ロールスクリーンには屋外用高透明軟質塩ビフィルム「アキレス スカイクリア防炎」を使用しており、左右に柱があれば、短時間で設置ができる。カフェやレストランのオープンデッキ、公共施設など、さまざまな場所で要望に応じた展開が可能だ。「スカイクリア防炎」は、防炎性、耐候性、透明性、UVカット性能、REACH規則およびRoHSⅡ指令に対応。スクリーンを下げた状態でも視認性が高いため、景観を損ねることなく設置ができる。w650〜3500×h500〜3000㎜まで間口寸法に合わせてオーダーメイド対応。スクリーン部分生地：w1370×t0.75㎜。

アキレス化成品事業部 フイルム販売部
URL◎https://www.achilles.jp/　電話◎（03）5338-9266
〔資料請求番号708〕

屋外空間を美しく演出できる照明シリーズ
ZERO

大光電機の「ZERO（ゼロ）」は、“ベーシックなフォルムに、最先端のLED照明技術と、最高の質感を持つ、ワンランク上の屋外照明器具を提供する”が開発テーマの屋外照明シリーズ。全製品が重耐塩仕様で錆に強く、海岸より200ｍ以内でも安心して使用できる。塗装色の別注も同一価格で対応。写真は、同社の技術研究所（東大阪市）で、間接照明「LLY-7066NUN（調光タイプ）」（色温度：4000K、演色性：Ra83、サイズ：w60×ℓ1515×h105㎜、価格：95,000円）の使用例。ライトアップに最適な角度調整機構をもち、高い防水防塵性能を実現。また、集光タイプと拡散タイプの2種類の配光があり、さらにボルトフリーで多様な電源電圧環境に対応する。

大光電機
URL◎https://www.lighting-daiko.co.jp/　電話◎（06）6222-6240
〔資料請求番号709〕

上質なマット調メタリックを外装壁に
MEMORIA

ニチハの窯業系サイディング「COOL」シリーズの「MEMORIA（メモリア）」は、写真のブラックをはじめアースカラーや原色系まで16色をそろえ、多彩なファサード表現が可能。単一色でそろえても、複数のカラーを組み合わせてもオリジナリティーのあるファサードに仕上がる。シーリングレス仕様でもちろんインテリアにも使用できる。写真のブラックは同社独自のプラチナコートが施されており、非常に強い耐候性を誇る。サイズ：455×1820×t16㎜。価格：5,900、6,500、7,000円／枚（塗膜、カラーにより変動）。

ニチハ
URL◎https://www.nichiha.co.jp/
電話◎（052）220-5125
〔資料請求番号710〕

ADVERTISING FEATURE

広告企画

サイン

サインは、その存在を顧客にアピールする重要な役割を担っています。
2020年東京オリンピック・パラリンピック、2025年大阪万博に向け、
海外からの訪問者へも言語を問わず情報を伝達する役割も果たします。
また、街の景観を構成する要素でもあり、さまざまな配慮や創意工夫が要求されます。
本特集では、店舗・商業施設を始めとする各施設で
人を目的地まで的確に誘導するサインデザインのための素材を紹介します。

※価格は税別金額です。

販促床ポップ

ラバーマット

棚橋工業タナラックシリーズの「ラバーマット」は、高耐久で省メンテナンス、また自由に移動が可能な広告ツール。素材は上部から塩ビ、ターポリンシート（印刷面）、ゴムとなっており、表面のメンテナンスは拭くだけで、また床面を汚すことなく設置ができ、好きな場所への張り替えも容易。基本サイズは460×600㎜。好きなデザイン、サイズ、写真で1枚から発注が可能。

棚橋工業
URL◎http://www.tanahashi-kk.co.jp
電話◎（058）242-2131
〔資料請求番号751〕

液体金属塗料を駆使した新しいサイン表現

nano META-CAST sign

総合サインメーカー、オミノの「nano META-CAST sign（ナノメタキャストサイン）」。イギリス・LIQUI-MET（リクイメット）社の液体金属塗料を用い、独自のサイン製造技術の新しいサイン表現（写真右）。ABS、アクリル、木材、MDF、発泡材などさまざまな素材にコーティングが可能で、研磨することで鋳物の表情を表現できる。軽量な素材を使用することで取り付け方法も容易かつ安全、コスト軽減にもつながる。カラーは全9種類。また、写真下のようにnano META-CAST signとの組み合わせや他素材などを組み合わせて多彩な表現提案も可能。

オミノ
URL◎https://omino.ne.jp/
電話◎（03）6658-4147
〔資料請求番号752〕

人々を魅了する商業施設向けLEDサイン

NEW ゼロチャンネル

細く複雑なフォントを再現可能なゼロチャンネルがさらに進化、独特なロゴデータを縁無しのフレームレスサインで正確に再現した「NEW ゼロチャンネル」。デザインを思い通りの確かな形に作り上げる。ステンレス・スチール製チャンネル部分とアクリル等の樹脂の発光面からなるチャンネル文字。表面、側面、背面など、発光面を選択可能。レーザーカットとルーター加工を同時にこなせる自社開発の工作機械により、製作時間を大幅に短縮し、高品質での製作を行っている。

発研セイコー
URL◎http://www.hakkenseiko.jp
電話◎（03）3890-1733
〔資料請求番号753〕

ネオン管と同等サイズのLEDサイン
LEDIUS SIGN NEO

従来のネオン管と同等のサイズを実現し、輝点やムラのない光でネオン管に近い発光イメージを再現したLEDサイン。発光色は全9色から選択可能。発光面にツヤのあるカラー塗装が施され、リアルな風合いと鮮やかな発色を得ることができる。12V仕様なのでネオン管の6000〜15000Vに比べ安全。消防法による規制対象外なので面倒な書類申請や、設置の際のネオン資格が不要。また、アクリル製なので割れる心配がなく、手で触れても安全で、屋外使用も可能。形状はNEON(円型)、POP(半円型)、TUBE(チャンネル仕様)、バックパネル一体型の BOARD NEONの4タイプを用意。

タカショーデジテック
URL◎http://takasho-digitec.jp/
電話◎(073) 484-3618
〔資料請求番号754〕

使い勝手の良い内照式ファブリックサインシステム
ルーファス

デザインを印刷したファブリックの周囲にエッジラバーを縫製し、アルミフレームの溝にはめ込むだけで、簡単に施工できるファブリックサインシステム「ルーファス」。規格化されたアルミフレームシステムを使用するためコストメリットが高く、撤去後のリサイクルも容易。特許を取得した展張構造により製造時の生産性を高めるほか、ヨレや弛みのない美しい仕上がりが得られる。空港などの大型施設から商業店舗の薄型省スペースサインとしても幅広い納入実績がある。「グッドデザイン賞2019ベスト100」受賞。不燃シート対応可。

リディアワークス
URL◎http://lufas.jp/　電話◎(03) 6659-5215
〔資料請求番号755〕

うきうき感を誘うひかりの輪舞
Merry LAMP

ノスタルジックなたたずまいを継承したLED装飾ランプ「Merry LAMP(メリーランプ)」。メリーゴーランドやコーヒーカップなど昔懐かしい遊園地やアミューズメントスペースを想起させる。パネルに本体を差し締め込むことで固定が可能。電線は付属のパーツとネジで簡単に取り付けられる。点滅パターンの制作もオーダー可能。使用する電気容量の範囲で最大連結数が調整できる。サイズ：φ66㎜、DC24V、消費電力17mA、LED素子6個。カラーは、レッド、ピンク、パープル、ブルー、グリーン、ゴールド、ホワイトの7色。

中愛
URL◎http://www.chuai.co.jp/
電話◎(03) 5732-0661
〔資料請求番号756〕

〔資料請求番号 414〕

〔資料請求番号 415〕

資料のご請求は挟み込みの専用ハガキか当社HPをご利用ください。

FOCUS

軽やかに江戸を表現したスパ施設のリニューアル

両国湯屋江戸遊

RYOGOKU SPA EDOYU, Tokyo
Designer Kubo Tsushima Architects

東京都墨田区亀沢1丁目5-8

コンストラクションマネジメント／佐藤総合計画　龍 治男　益田英明　森 正夫
設計／久保都島建築設計事務所　久保秀朗　都島有美　眞田 匠　植木優行　森 万里子
協力／構造設計　TIS&PARTNERS　今川憲英　今川聖英(監理)
設備設計　ZO設計室　柿沼整三　伊藤教子　根本晋吾　照明計画　杉尾 篤
グラフィック　粟辻デザイン　粟辻美早　粟辻麻喜
施工／建築　松井建設　齋藤 寛　小幡智昭　坂本悠太郎　大成温調　松田優祐　木俣藍子
大坪電気　安部智貴　明山勇也
内装　松井建設　メトス（サウナ）　アクアエンタープライズ（岩盤浴）

撮影／ナカサ&パートナーズ

ファサードはのれんが風にそよぐイメージで4枚のアルミパネルをデザインした。右が既存棟で左が新築棟。2棟のジョイントをパネルで覆うことで、一体に見せている。青海波文様をパンチング加工し、上階にいくと消失するグラデーションとなっている

風でそよぐ暖簾のようなファサードと雲間に漂う風呂

「両国湯屋江戸遊」は江戸東京博物館と北斎美術館の間に位置する、北斎通りに面した総合スパ施設です。"江戸の湯屋"をコンセプトにデザインされた既存の建物に、増築棟を建設して延床面積を2倍にし、一部既存内装を残しながら全面的にリニューアルしました。北斎の世界をデザインに取り入れることを継承しながらも、江戸遊の「遊」という言葉の持つ、ぶらぶら歩きながら気ままに楽しむというコンセプトを強化。さまざまな居場所を巡りながら最大400人の来館者が楽しめる空間づくりを目指しました。

ファサードのデザインは、白鼠色の清々しい暖簾が爽やかに風にそよぐ情景を想起させることを意図しています。北斎が好んだ江戸小紋柄を模して穴を空けたアルミパネルは、暖簾の縦のスリットが新築棟と既存棟のジョイントを打ち消すデザインで、隣り合う新館・旧館の二つの建物を一体的に見せています。ファサードにうがたれた青海波のパターンが、上層階にいくにつれだんだんと消失していく様は、文様の細かさを競い合う江戸時代の人々の粋な世界観に通じます。都市的なスケールと、くぐるという身体的なスケールをつなぐことで、現代都市から江戸遊の世界へ入る体験をダイナミックに表現しています。

2階と4階に位置するメインの風呂は、漂う雲の合間にいるようなイメージのデザインを考えました。掛け湯から始まり、高濃度炭酸泉、ジェットバス、水風呂などさまざまな種類のお湯を楽しく巡れるよう、それぞれ形の異なる雲形の浴槽に高低差を付け、お湯ごとに違った風情を感じられるように計画しています。雲のよ

うな天井には、照明や排気口を組み込みました。

3階は光天井の「庭」を中心に四つのスペースからなるお休み処、5階には岩盤浴やエステゾーン、更には、以前の浴場の面影をそのまま残しながらコワーキングスペースとしての設えを整えた旧館の「湯work」があります。さまざまな機能を持ったスペースを、雁行した通路でつないでいます。

北斎の持つ世界観にインスピレーションを得ながら、現代あるいは近未来から見た江戸の世界の構築を目指しました。

〈久保秀朗／久保都島建築設計事務所〉

左／4階女性浴場。北斎の「赤富士」をイメージした壁画に合わせ、雲型をモチーフに浴室と天井をデザインした　右上／4階女性露天風呂。雲型に開いた天窓から自然光が差し込む。壁面はヒノキ材大和貼りで周囲からの視線を遮っている　右下／4階にあるアロマスチームサウナはハマムのようなモザイクタイル貼り

4階「湯Work」。既存棟をリノベーションし、コワーキングスペースを新設した。奥は、浴槽のフチだった部分をデスクとして利用している

3階休憩所「庭」を見る。休憩所はカーペットや畳敷き、マッサージチェアを配した空間など、スタイルの異なる四つのスペースを用意し、緩やかに仕切っている

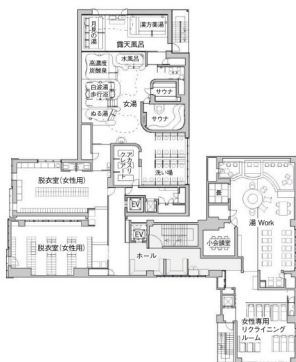
「両国湯屋江戸遊」data

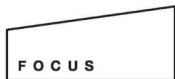
設計協力：サウナ設計／メトス　青葉紀輝　根本俊介　吉田直人　岩盤浴設計／アクアエンタープライズ　重隆文　1階おみやげ処什器設計／インテリアズ　平山貴之　スパイス　北島奈々絵　碓氷和也　5階エステ什器設計／ロク　大山 純
工事種別：増築　内外装　全面改装
用途地域：近隣商業地域
建ぺい率：実効84.67％＜制限100％
容積率：実効347.46＜制限354.78％
構造と規模：RC造5階建て
敷地面積：947.34㎡
建築面積：802.16㎡
床面積：合計3625.78㎡／1階802.86㎡　2階735.87㎡　3階740.55㎡　4階759.57㎡　5階563.32㎡　R階23.61㎡
工期：2017年10月1日～2019年6月12日
施工協力：ファサードパネル／菊川工業　袖看板／セイビ堂　家具・下足ロッカー／オリバー　インテリアズ（3階カフェ「応為」）　脱衣ロッカー／コスモクリエイト　什器／末永製作所　インテリアズ（1階おみやげ処）　秀建（3階お休み処）サイン／ライフ工芸　ロールスクリーン／秀建　トーソー

営業内容

開店（リニューアル）：2019年6月15日
営業時間：午前11時～翌午前9時
定休日：なし　電話：(03) 3621-2611
経営者：㈱東新アクア
主な料金：入館料／2750　深夜割増料金340／1時間（午前1時～午前6時の滞在客のみ）
主な付帯施設：食事処「北斎」　カフェ「応為」　エステサロン「月の花」　はり子の美容針　東洋整体「だるま」　タイ古式マッサージ「ラクン」　足もみ「アウラ」　韓国式アカスリ「クレアート」

主な仕上げ材料

屋根：RC下地アスファルト防水
外壁：RC下地防水型複層塗材　下地金物特注アルミパネル（菊川工業）　ヒノキ羽目板貼り
床：タイルカーペット敷き　WPC材オーク材フローリング貼り（大建工業）　WPC材ヒノキ材フローリング貼り（大建工業）　塩ビタイル貼り（サンゲツ）　浴場／モルタル下地磁器質タイル貼り（名古屋モザイク工業、十九田陶業）　モルタル下地十和田石貼り
壁：PB下地ビニルクロス貼り　2、4階浴場／セメントボード下地二丁掛タイル貼り（名古屋モザイク工業）　木下地ヒノキ材大和貼り
天井：PB下地ビニルクロス貼り　2、4階浴場／セメントボード下地調湿性吹き付け材塗布
什器：メラミン化粧板貼り　タモ材練り付け　カウンター／天板・人工大理石　タモ材練り付け　腰・タモ材練り付け　ロールスクリーン／プリーツスクリーン　ロールスクリーン（トーソー）
照明器具：ライン照明、ダウンライト、スポットライト（大光電機）　防水ライン照明（森山産業）　屋外用ライン照明（トキコーポレーション）

夜景。パンチングパネルを通し、青海波の模様が浮かび上がる

FOCUS

多様な茶事のシーンに合わせて
変化する小間空間

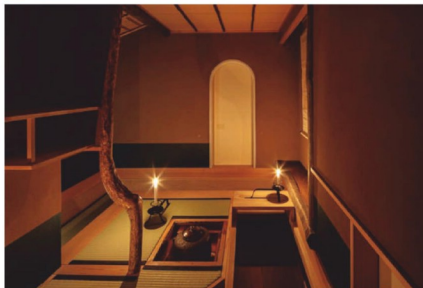
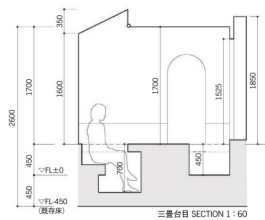
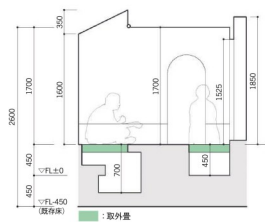
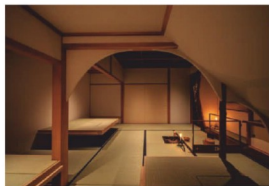
即今

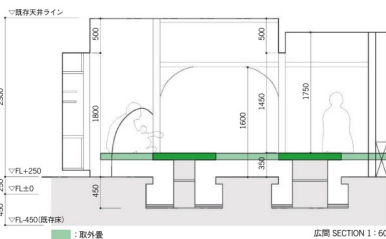
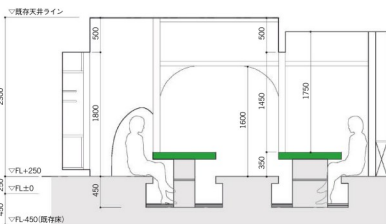
Japanese Restaurant & Tearoom SOKKON, Tokyo
Designer Ataru Shio / Shio Architect Design Office

東京都港区南青山5丁目12-4 全菓連ビル地下1階

設計／シオ建築設計事務所　子浦 中　大金 司
協力／照明計画　杉尾篤照明設計事務所　杉尾 篤
施工／イシマル　芦沢主水　谷口司郎

撮影／淺川 敏

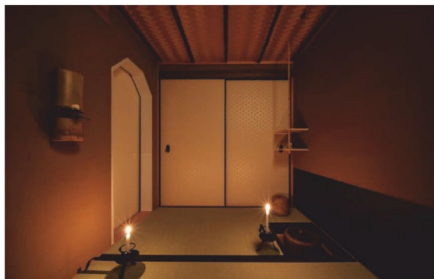
三畳台目 SECTION 1：60

左／個室の「三畳台目」に全て畳を広げることで正式な茶室空間のつくりになる　右上／「三畳台目」の空間を立礼席の形にした状態。囲炉裏のある畳の高さがベンチシートに座った客のテーブルになる　右下／立礼席にした時のスタッフ側のカウンター内。カウンター内にベンチ型のパーツを設置し、座りながらサービスを行える

いくつかの小間が連なったようなつくりの広間。写真は全てを座敷にして座って利用する時の形

上／一部の畳を取り外すことで、掘りごたつ式のテーブル席となる
下／広間では、食事や茶事の他、囲炉裏部分を畳にして能のイベントなども行われる

：取外畳

広間 SECTION 1：60

日本文化を再発見する場所

小間の茶室で炭をくべる炭点前から、懐石料理、濃茶、薄茶という正式な「お茶事」を体験したい人や、お茶の雰囲気で気軽にお酒やカクテルを楽しみたい人まで訪れることができる、南青山「即今(そっこん)」。その他、自分でお茶を点ててみたい人、自分の道具でお茶やお酒を楽しみたい人、お茶に興味はあるが習っていない人など、誰でも気軽に茶道や日本文化を楽しむことができる。現在、私たちの生活スタイルにおいて、和室や畳の部屋が少なくなっている。イスを使った生活の中では、正座をする機会がなくなった。このような現状にあわせて、このお店では正座をしなくても良い立礼席を基本としている。

客間は、広さの順から広間、三畳台目、三畳間の三室がある。広間は四畳半を基本としながら、その先には高さの異なる落掛で区切られた三つの掘炬燵式のテーブル席がある、約十三畳の部屋である。広間の中に三つの小間が入り込んでいるように、落掛で一度仕切って天井の仕上げを変え、天井高を広間より下げ、また柱は皮付き丸太を使うことで小間の雰囲気を出している。隅にある天袋が、この先に何かあるような気配と奥行き感を演出している。各テーブルの間に畳を入れると全て座敷にでき、畳を入れる場所の組み合せでテーブル席と座敷の併用もできる。その日の客の構成やお店のイベントに合わせて多様な使い方と同時に部屋が変化する。三畳台目には2種類の使い方がある。一方は、通常の畳の茶室として、もう一方は立礼席である。三畳台目の畳を上げると、下からベンチが現れ立礼席になる。炉畳をテーブルとして残し、それを囲む席である。点前座ももちろん立礼式である。客の好みやお店側の見せ方でどちらかを選ぶことができる。三畳間は、畳の間にある板の間を外して足を入れることで、立礼席になる茶室である。手前座隣の襖を開けると天井仕上げがつながった一畳のバーが現れる。バーと併せて長四畳のカクテル席に変化するこの茶室では、バーテンダーは床の段差から生まれる畳のバーカウンターを使ってカクテルを振舞う。もちろん、茶事の際は待合としても、三畳の小間としても使うことができる。

現代の住環境では全ての部屋でリビング、ダイニング、寝室というように用途が決まっている。しかし以前は、一つの八畳間で昼は居間、夕方は食事をし、夜は布団を敷いて寝室になるように一つの部屋でさまざまな使い方をしてきた。茶事の場合も同様である。一つの茶室において時と場合で掛軸やしつらえを変え、さまざまな使い方をする。限られた場所の中でさまざまな展開を楽しむことができるこのスタイルは、日本文化の再発見が行われている昨今、日本建築を再考する機会を与えると共に都市部における建築の使い方の提案である。

〈子浦 中／シオ建築設計事務所〉

三畳間も同じく、畳敷きと立礼席の使い分けができる。襖を外すと一畳の空間が生まれ、バーカウンターのように利用可能

PLAN 1：80

「即今」data

工事種別：内装のみ　全面改装
床面積：54.64㎡　工期：2018年6月～12月
施工協力：空調・給排水衛生設備／竹中工務店　厨房設備／フジマック　照明器具／山田照明、大光電機、コイズミ照明　音響設備／シー・エス・シー　特注照明(トイレ)／PASSE hida-takayama

営業内容

開店：2019年4月
営業時間：午前11時30分～午後3時　午後5時～午後10時
電話：(03)6427-7787　定休日：日曜日
経営者：㈱HIECAL　客席数：15席
主なメニューと単価：予約コース／八寸コース6000　一汁三菜コース8500　即今コース15000　単品／薄茶セット1500　禅寺うどん1000　即今御膳2000　料理800～　カクテル・飲み物1000～

主な仕上げ材料

床：スタイロフォーム畳敷き
壁：樹脂系複層仕上げ材(ジョリパット／アイカ工業)
天井：スギ竿縁EP　杉材クロス目透し貼り＋スギ竿縁
〈三畳台目〉
床：本畳敷　フローリング貼り(望造)
巾木：和紙貼り一段
壁：本聚楽仕上げ
天井：網代仕上げ　杉突板目透張＋エゴ竿縁　掛落天井／杉突き板
〈三畳間〉
床：本畳敷き
壁：本聚楽仕上げ
天井：網代天井＋エゴ竿縁
〈アプローチ・トイレ〉
床：フローリング貼り(望造)
壁・天井：EP
〈水屋〉
床：長尺塩ビシート貼り(サンゲツ)
壁：ビニルクロス貼り(サンゲツ)
天井：ビニルクロス貼り(サンゲツ)

FOCUS

自動車メーカーが提案する
人と建物、自動車がつながる
「未来の家」

EQ House

Showroom EQ HOUSE, Tokyo
Designer Ikuya Hanaoka / TAKENAKA CORPORATION

東京都港区六本木7丁目3-10
企画・プロデュース／メルセデス・ベンツ日本　竹中工務店
建築設計／竹中工務店　花岡郁哉　市倉隆平
福西英知　米津孝祐
構造・設備設計／竹中工務店　大嶋 隆　齋藤悠磨
平野克彦　吉田 徹　山崎 成
施工／竹中工務店　佐久間 徹　松本 浩
錦古里洋介　大野修平
撮影／ナカサ&パートナーズ

IotとAI実装によって提示する人と建築との新しい関係

「EQ House（EQハウス）」は、メルセデス・ベンツの電動モビリティーを包括する新しいブランド「EQ」を体験できる家型のショールームである。ダイムラー社のCASE戦略（コネクト、自動運転、シェアアンドサービス、電動化）からは、モビリティーが生活空間に溶け込んだ未来を描くことができる。そこで、ブランドにふさわしい近未来を具現化するため、リアルとデジタルを統合的に扱ったデザインを展開した。

「EQハウス」では、家の中にモビリティーが入り込み、ガラスのインターフェースにより暮らしと情報、モビリティーをつなぐ。IoTとAIを統合したシステムを開発・実装することで、音声やバイタルデータを介して建物が人とコミュニケートし、環境の好みを学習できるようにした。また、音声入力は、メルセデス・ベンツの自然対話式音声認識機能「MBUX」と同じウェイクワード（起動させるための言葉）とすることで、モビリティーとリビングでの体験をつないでいる。人工物というよりは自然の一部にも感じられるような空間とするため、365日24時間の日射を解析し、約1200枚のアルミパネルの開口形状を決定。木漏れ日のような美しい光環境を生み出している。

人と環境の両方に呼応して透明度が変化するガラスや、人の会話の活性度に応じて光環境を変えるベットルームなど、AIを実装することで建築に生命が宿っているように感じられる未来を提示している。今後は、「EQハウス」を活用したさまざまなイベントと共に、EQブランドが発信されていく予定である。

〈花岡郁哉／竹中工務店〉

体験型ショールーム「EQハウス」は、自動車メーカーのメルセデス・ベンツが提案する、人と家、自動車がつながる空間。メルセデス・ベンツの自動車に搭載されている音声認識機能「MBUX」を建築に実装し、IoTとAIを用いながら、家と人がコミュニケートできる仕組みを実現した。天気や温度などの環境状態や人の活動状況を建物自体が解析し、適切な室内環境を提供する。外装や壁面にはアルミパネルを貼った

木漏れ日のように日が差し込むリビングエリア。宿泊することも想定しているため、キッチン、トイレ、バス、寝室も設えてる。内外装パネルの開口の位置は、365日24時間の日射を解析し、明るさや日射負荷、コストを変数として解析し決定した

上左／ベッドルーム。センサーにより人の会話の活性度を読み取り、光環境を調節する　上右／リビングに隣接する形で設けられた駐車スペースには、可動式のガラスパーティションが設けられ、建物や自動車の状況をガラス面に表示させることができる　下／東京・六本木のショールーム「メルセデス ミー」内の敷地に建てられた

「EQハウス」data

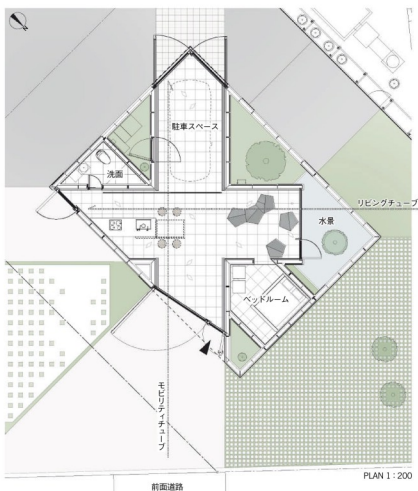
工事種別：一戸建て　新築
用途地域地区：商業地域
建ぺい率：実効24.436％＜制限80％
容積率：実効17.834％＜制限500％
構造と規模：S造　地上1階建て
敷地面積：493.90㎡
建築面積：120.69㎡
床面積：88.08㎡
工期：2018年9月1日～2019年3月1日
施工協力：空調・給排水衛生設備／新日本空調　電気設備／浅海電気　厨房設備／キッチンハウス　照明器具／アイリスオーヤマ

営業内容

開業：2019年3月13日
営業時間：午前10時～午後8時
定休日：なし
電話：(03)3423-1256
経営者：メルセデス・ベンツ日本㈱
従業員：1、2人
主な施設用途：モビリティーとリビングの新しいつながりを提案する体験施設

主な仕上げ材料

屋根、外壁：アルミパネルt3（菊川工業）ウレタン樹脂焼き付け塗装
開口部：ST.FIX枠ウレタン樹脂焼き付け塗装（菊川工業）ペアガラス／FLG6＋A12＋FLG（Low-E）6　一部調光フィルム貼り
床：フリーアクセスフロア下地ビニル床タイル貼り（川島織物セルコン）
壁、天井：アルミパネルt3下地（菊川工業）ウレタン樹脂焼き付け塗装
照明器具：特注菱形照明、ライン照明（アイリスオーヤマ）

information

商店建築
エディター募集のお知らせ

ストアデザイン、インテリア、建築に強い興味があり、新しいデザイン、
新しい情報に関心の高い方、ぜひ一緒に「月刊 商店建築」をつくりましょう！
編集は、企画力を存分に発揮できるやりがいのある仕事です。
インテリア、建築の実務経験者優遇。また、未経験でも「商店建築」の編集という仕事に
情熱を持って取り組める方は、ぜひご応募ください。
募集は決まり次第終了いたします。

募集内容

雇用形態：契約社員（正社員への登用あり。各種社会保険完備）
仕事内容：月刊「商店建築」の編集業務。店舗を見て、設計者や店舗オーナーに取材し、誌面づくりを行う仕事です。
インテリア系、建築系学科優遇。新卒可。
応募資格：4年制大学卒業以上（2020年3月卒業見込み可）
給　　与：能力・経験を考慮の上、当社規定により決定
勤務時間：10：00～18：00。土・日曜日・祝日休み。夏季休暇、年末年始休暇があります。
勤 務 地：本社（東京・新宿）
応募方法：郵送にて手書きの履歴書（写真貼付）と職務経歴書を以下の宛先までご送付ください。
書類審査に通った方にのみご連絡いたします。なお、応募書類は返却しませんのであらかじめご了承ください。

送付先

株式会社 商店建築社
〒160-0023　東京都新宿区西新宿7-5-3 斉藤ビル4F
採用担当　塩田

弊社の求人検索サイト
http://www.id-job.jpn.com
からも登録できますが、その場合にも郵送にて上記書類をご送付ください。

取材・文／土田貴宏（デザインジャーナリスト）

New Definition of Design

デザインの新定義

デンマークの画家、ヴィルヘルム・ハンマースホイにインスパイアされたというオリヴァー・グスタフのショールーム（撮影／Rebel Photography）

Vol.100（最終回）

Oliver Gustav

オリヴァー・グスタフ

2007年、28歳でコペンハーゲンに最初のショールームを開く。その後、スタジオ・オリヴァー・グスタフを設立。インテリアデザインと、新旧の家具やオブジェなどの販売を主に行う。17年に移転したショールームは、コペンハーゲン市内の美術館だった建物を改修したもので、彼の美意識を妥協なく表現している。（撮影／Heidi Lerkenfeldt）

デンマーク・コペンハーゲンにあるオリヴァー・グスタフのショールームは、他のどんなギャラリーや家具店とも異なる空気が流れる、個性的なスペースだ。彼自身、幅広いジャンルを扱いながら境界を設けず、直感に基づいて独自の世界観を極め、空間に反映させている。

「直感を信じる」というコンセプト

— スタジオ・オリヴァー・グスタフを始めた経緯を教えてください。

12年程前、コペンハーゲンのフレデリックスターデン地区の中庭に面した古い3階建ての馬小屋だった建物を借りるという、素晴らしい機会に恵まれました。そこで私は、エキゾチックな植物、一点物の珍品、古代のオブジェなどを扱いました。それらへの興味とインスピレーションは、古いものや工芸品を選んで所有していた祖父の遺伝だと思います。彼はベトナムにゴム園を持ち、東南アジアの文化にも親しんでいて、その点も私のアプローチに間接的に影響しているはずです。

— 現在のショールームのデザインには、どんなコンセプトがありますか。

私のコンセプトは、単に直感に頼ることです。スケッチもしないし、仕入れるものの採寸もせず、事前の準備もしません。自然発生的で、全ては感覚なのです。デザインを形づくるのは好奇心とDNA。私は一部のコレクションに「ジャーニー」と名付けることで、好奇心を概念化しました。デザインに対する直感と価値観は、移動し続ける旅です。時には地方の職人と忘れ去られた手工芸を結び付けることで、触感を持つものをつくります。旅は強烈なインスピレーションの源であり、多文化の衝撃を広めていきます。

— ショールームで扱う多様な家具やオブジェをどのように選んでいますか。

美的感覚、陰影、色彩のスキームなどが互いにマッチしているのは、私が自分の目でものを選び、それぞれとの間に小さなラブストーリーがあるからです。また私は、重厚で伝統的なものを、好対照なオブジェと組み合わせることを常に試みます。20世紀のジャン・プルーヴェのアルミ製の試作と、紀元前二千年のバクトリア産の石鍾（せきすい）のように、ハイテクと前史との対峙に魅了されるのです。基本的に、私は販売するため何かを入手することをせず、たとえ顧客が私のスタジオで素晴らしい作品に出合っても、何年もの間残念ながら買うことはできませんでした。こんなことをずっとやってきました。アートについても特に基準や計画はなく、コレクションに加えたい作家のリストもありません。一目ぼれするかどうかです。アートがインテリアの中で特別な役割を担うのは確かで、個人的には存在するだけである種の静寂をもたらすものを追い求めています。

— オリジナルのソファも手掛けていますが、何を重視してデザインしていますか。

心地良く、単調で、上質なソファを探し求めた末に生まれました。私の見方からすると、そんなソファはどこにも見つかりません。このソファのコレクションは、こうしたものを求める人々と現状とのギャップを埋めたり、または特定のニーズを満たすものとしてデザインしています。

— 自分自身の作風を北欧的だと考えますか。

デンマーク人の多くがそうですが、私は北欧的なインテリアを好む家庭に育ってはいません。しかしながら、私はいつも北欧の光、長い影、そしてシンプルさに触発されてきたし、それもまた「静けさ」という北欧の美意識の重要な一面です。自分の家と、関わるプロジェクトが、ある種の侵されない神聖さを備えていることは私には絶対です。

— ミラノやストックホルムのデザインウィークに参加したい気持ちはありますか。

私には、気が散る機会を最小限にして、自らの視点に集中することが重要です。私の世界に影響が及ばないように、さまざまな出来事やニュースを避けようと努めています。

— 今後のプロジェクトを教えてください。

カリブ海のセント・バーツ島で、海に面した400㎡のヴィラを設計しています。17世紀の石板と16世紀の石柱を使いました。そこには美しい屋内庭園があり、古代の禅の感覚を取り入れてリチャージできる開かれた場をつくろうと試みています。現在、私は個人としても仕事においても最高の状態にあると感じています。だからこそリラックスした気持ちで、この瞬間だけに集中したい。ありふれた言い方ですが、これが現在の私の心境です。

文／米津誠太郎（照明ジャーナリスト）

Lighting in the Space

［明かりのある情景］

“Crystal Bulb (2012) ”

designed by >>> Lee Broom

ロンドン・デザインフェスティバルで行われた「The Crystal Bulb Shop」での展示。ロンドンらしいレンガや木の壁、おが屑が敷かれた空間に200台以上の「Crystal Bulb」が並んだ。レトロなはかりやピアノ、さりげなく置かれたひも玉などのディスプレイがユニークな雰囲気を演出している

照明と光に艶を添える
ウィンスキーグラスのパターン

Lee Broom（リー・ブルーム）は、家具や照明、室内装飾品などのプロダクトだけでなく、クリスチャン・ルブタンやマルベリーなどのブランドショップ、ホテルやレストランなど、商業空間のデザインも手掛けるデザイナーだ。アレキサンダー・マックイーンのシャツをスタイリッシュに着こなす姿はファッションモデルのようで、インテリアや建築のフィールドにおいて彼の風貌を新鮮に感じるのは、私だけではないだろう。

リー・ブルームの名を一躍広めたペンダントライト「Crystal Bulb（クリスタルバルブ）」は、伝統的なイギリスのウィスキーグラスやデキャンタに使われてきたクリスタルガラスのパターンと、ハンドメイドによるカッティング技術を用いたガラスグローブのきらめきが特徴だ。インダストリアルな雰囲気と装飾性を併せ持つ。2012年のミラノ・デザイン・ウィークで行われた展示「Public House」では、重厚な木製家具を配した古き良きパブを想起させるイギリスの香りが漂う空間で、「Crystal Bulb」が展示された。同年のロンドン・デザインフェスティバルでは、昔ながらの“商店”のように設えられた「The Crystal Bulb Shop」において、イギリスのクラフトワークが現代的にアレンジされた洗練さを放っていた。

「自身にとっての適所をつくること」が大切だと語るリー・ブルームは、デザイナーとしても独自の歩みを進めてきた。ファッションデザインを学び、その世界で活躍後、07年に一転してインテリアブランドを立ち上げた彼は、デザインした製品をイーストロンドンのShoreditchにある自身のショップやウェブサイトで販売を始めた。自ら製品のデザインを行い、製造販売する。この“自立精神”は、トム・ディクソンやマイケル・アナスタシアデスらと同様に、ロンドンネアーに共通する気質のようだ。更に、ファッションデザイン、そして幼少期に子役として活動した折に垣間見たものづくりの経験が、彼のデザインの背景になっていることも忘れてはならないだろう。前述の展示空間を含む彼のインスタレーションは、舞台や映画のセットに似ていないだろうか。古典と現代の融合と、彼のデザインの表層部を評するだけではなく、その背景にある独自の経験をにじませたデザインの精神を注視していきたい。

Crystal Bulb（2012）「Crystal Bulb」は単品のペンダントの他、3台または5台を組み合わせたシャンデリア、テーブルランプやウォールランプなどもそろう。いずれのモデルもボディーは真鍮とクロームから、ガラスはクリアとフロストから選べる（2点写真提供／Lee Broom）

Vol.19

guest : 鬼木孝一郎

デザインの根っこ

整然とつくられた先に生まれる感動

これまでを振り返ってみると、建築から多くの影響を受けましたし、映画や音楽も面白いと思うものはたくさんあります。でも「心を動かされる」経験で言うと、現代アートから得た衝撃がとても大きい。もっとも、現代アートとして、というよりは、それらを通して得た体験という方が近いかもしれません。

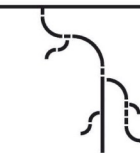
一つ目が、まだ建築を学び始めたばかりの頃に写真で見た、美術家クリスト＆ジャンヌ＝クロードの「包まれたライヒスターク」。旧ドイツ帝国国会議事堂を布で包んだ作品です。引き算のデザインというか、情報を減らすことによる美しさを感じました。布で包むという行為も、それによって生まれたモノも分かりやすく、城という権威の象徴をあっさりと包んでしまう手さばきに感動しました。

二つ目は、直島の地中美術館にあるジェームズ・タレルの「オープン・フィールド」。nendoに所属していた時、仕事で訪れた直島で出合い、衝撃を受けたのを覚えています。「包まれたライヒスターク」と同様、引き算によって、空間の概念さえも抽象化しているように感じました。均質な光で空間自体が消失して、有限なのか無限なのかも分からない。「怖い」という感覚を直接つくっているようで、「そんなことができるのか」と驚きました。

次が日比谷の展示で見たテオ・ヤンセンの「ストランドビースト」です。思考のプロセスも展示されていて、彼の作品が昆虫や生物の模倣ではなく、物理や機能、要素の数を考えた結果、生物に近くなる様子が示されていました。機械的だけど生物的で、自然と人工の間に新たな関係を生み出しているようでした。空間デザインの視点から考えると、自然からインスピレーションを得る方法として、そのものを模倣するのではなく、空気感を表現することが重要だと意識しています。「ストランドビースト」にも同じようなものを感じました。さまざまな制約や条件がある中で、表現したい空気感を制作の過程で失わないためには、連立方程式を解くような作業が必要です。最初に思い描く空気感は漠然とした状態にとどめておいて、機能を加えていくことで形にします。最初から明確なイメージをつくって、条件を当てはめるような進め方だとどうしても表現が濁ってしまいます。

シンプルな手法が生む大きなインパクト

彼らの作品に共通しているのは、シンプルな手法から、大きなインパクトが生まれていること。数学的、科学的な所作から、感情に訴えかけるものが生まれていることです。着想自体はシンプルですが、出来上がったものには、簡単には捉えきれないような複雑さがあります。加えて、どれも自然発生的な状態であって、恣意性が感じられません。またモノとしてのアートよりも、人が入って初めて成立するようなインスタレーションに魅了されることが多く、空間デザインにも近いように感じます。一方で、インスタレーションは空間デザインよりも純粋な表現ができていることも衝撃を受ける大きな要因でしょう。私が空間を設計する時、要素はなるべく減らしたいと考えています。要素が多いとあちこちに目が行ってしまい、伝えたいことが伝わりきらないからです。インプットにしろアウトプットにしろ、具象よりも抽象の方が好きなのだと思います。逆説的ですが、分かりやすい具象よりも抽象的な表現の方が、より直接感情に作用するのではないでしょうか。

〈談／文責編集部〉

1
「包まれたライヒスターク」の素描／クリスト&ジャンヌ＝クロード
Christo: The Reichstag and Urban Projects（1993）より

2
オープン・フィールド／ジェームズ・タレル
地中ハンドブック（2005）より

3
ストランドビースト／テオ・ヤンセン
Theo Jansen: The Great Pretender（2017）より

おにき・こういちろう／1977年東京都生まれ。早稲田大学大学院卒業後、日建設計、nendoを経て2015年鬼木デザインスタジオ設立。建築やインテリア、展示会の空間デザインなどを手掛ける。最近の仕事に「CORD/CODE」（P.38）や「STUDIOUS Namba」（18年9月号）、「HERMÈS 祇園店」（17年2月号）など。

日本商空間デザイン史

鈴木紀慶
編集者、建築ジャーナリスト

1980年以降の
インテリアを
社会情勢と
デザイン思想で
ひも解く

【第十二回】

▶▶ 1986-2001

吉岡徳仁が会場構成をした パリ〈三宅一生〉展が 世界デビューの足掛かりとなる

長年、ファッションショーや店舗、什器、家具、プロダクトのデザインを手掛けてきた吉岡徳仁。1992年に独立した彼が最も影響を受けたのは「時代」だという。そんな吉岡から見た80、90年代はどのような時代だったのか。キーワードは「実験的」。現在のように多様な建材や先行事例がなかった時代、デザイナーが何にどのように挑戦するかが試されていた。

当時の出来事

◉ 85年、毛利衛らが日本人初の宇宙飛行士となる
◉ 93年、ファッションブランド「PLEATS PLEASE ISSEY MIYAKE」がスタート
◉ 01年、アメリカ同時多発テロが起こる

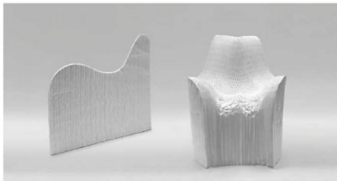
1960年代生まれのデザイナーの台頭

この連載の初回(19年1月号)にも書いたが、1980年代後半から90年代前半にかけて、インテリアデザインの新雑誌が創刊されては消えていった。その中でも、99年創刊のデザイン誌『トレスコ』※1という雑誌は創刊号のみで終わった。その雑誌の中で「若きデザイナーたちの肖像」という連載をスタートするにあたり、筆者が執筆を依頼された。その連載の第1回のデザイナーに選出されたのが、吉岡徳仁だった。当時の吉岡をその時代（90年代後半）の視点で捉えているので、一部を抜粋しておきたい。

「90年代に入って急速にデザインがパワーを失っていった時に、過去の歴史と一度切り離されたような状況を一方では感じた。そして、新しいデザインが芽生え始めた。これは、インテリアデザインだけではなく、建築においても同じような状況が感じられる。60年以降に生まれたデザイナーということになるのだろうか。(99年)現在30代前半の人達だ。現在、その筆頭にいて同世代の注目を集めているのが、67年生まれの吉岡徳仁だ。彼は肩書きをインテリアデザイナーではなく、あえて空間デザイナーと称している」

吉岡は一時期、工業・空間デザイナーという肩書きも使用していたが、領域を超えた活動をする今、肩書きはデザイナーで良いだろう。倉俣史朗もインテリアデザイナーという肩書きを好まず、デザイナーという肩書きにこだわっていたように記憶している。

ファッションがデザインをけん引した80年代

吉岡は、桑沢デザイン研究所（プロダクトデザイン専攻）を86年に卒業して、クラマタデザイン事務所に入る。ところが吉岡は、入所1年にも満たない頃、三宅一生が「立体デザインができる人を探している」ということから、倉俣から紹介を受ける。倉俣、三宅という二人の師との出会いは運命的なものを感じるが、倉俣は吉岡の才能を見抜いていたのかもしれない。そして吉岡は、三宅の下でパ

左／パリ・カルティエ美術財団での〈ISSEY MIYAKE MAKING THINGS〉（1998年）の会場構成（撮影／Philippe Chancel） 右／「Honey-pop」は、ニューヨーク近代美術館を始め、ベルリンのヴィトラ・デザイン・ミュージアム、パリのポンピドゥー・センター、ロンドンのヴィクトリア・アンド・アルバート・ミュージアムのパーマネントコレクションに選定されている（写真提供／吉岡徳仁デザイン事務所）

リコレの帽子やバック、アクセサリーなどの立体デザインを担当する。シリコン製の帽子など、従来のファッション分野では使われていなかった工業素材や技術を駆使して、パリコレのさまざまな仕事を手伝う。その後、ウィンドウのインスタレーションを担当し、少しずつ空間へ展開。ファッションショーや展覧会、店舗デザインを任されるようになっていった。学生だった時代を含め、吉岡から見た80〜90年代はどのような時代だったのだろうか。

「日本のファッションが、一番エネルギーがあった時代ですね。ファッションがあることでそのファッションに必要な空間が求められ、そこに必要な色々な要素がけん引された。今のように多くの建材がなかった時代なので、倉俣さんが素材を開発したり、内田繁さんや杉本貴志さんも通常（商業空間では）使わないような素材を使ったり、照明も工場で使っているものを持ってきたりして、実験的な時代だった。それを学生時代に見て、僕らはワクワクしていた。一番面白かった時代だったように思います。それを体験して、今の僕らがある。そこが重要ですね」

デザインは職業なのか

そして、吉岡は92年に独立するが、90年代はどのような時代だったのか。また、吉岡には倉俣史朗と三宅一生という二人の師がいる。「一番影響を受けたのは？」という問いに対して、吉岡は次のように語っている。

「やっぱり、本当に影響を受けたのは時代だと思います。あの時代、デザインとは自分にとって職業だったのか、何だったのかよく分からなかった。ファッションデザイナーはいたとしても、一般の人が“デザイン”という言葉を聞いた時に、絵を描く人くらいのイメージで、まだ職業としては捉えられていなかったのかもしれない。倉俣さんや一生さん、田中一光さんもそうですが、（80年代くらいまでは）デザインが社会にそれ程受け入れられていなかったような気がするんです。その中で表現者として自分の作品もつくりながら、なおかつそれをデザインと認めるクライアントたちによって、徐々に（インテリアデザインが）認識されていった感じですね。前例がない時代だったので、彼らのつくりたいという思いの方が強かったと思います」

クライアントにとってもまだそれほど実績のないインテリアデザイナーに仕事を依頼するのは、勇気がいることだったと思う。特にインテリアデザイナーが誕生した60年代後半においては、造形作家も店舗デザインの分野に入り込み、アートの制作と併行して行っていた人たちもいた。それは、造形ということでは同じなのだが、彫刻のような立体作品ではなく、空間そのものも表現手段になりうると捉えたアーティストがいたからだろう。60〜70年代の『インテリア（JAPAN INTERIOR DESIGN）』誌をひも解くと、山口勝弘や伊藤隆道、伊藤隆康といった造形作家たちが店舗デザインに関わっていたことが分かる。当時のクライアントはなぜ、冒険してまでそういった表現者にインテリアデザインを依頼したのだろうか。それは、時代の流れの中でアメリカの現代アートの影響もあったと思うが、新しい時代の表現をインテリアデザイナーに求めたからだろう。そして、確かに今のようなクライアント・ファーストではなく、まだクライアントとデザイナーの立場が対等だったように思える。

商空間からSHOW空間へ

90年代後半の吉岡の仕事を初期の作品集『TOKUJIN DESIGN』※2から一部抜粋しておきたい。〈WINDOW DISPLAY FOR ISSEY MIYAKE〉（97年、「白い空間で白を表現する」）、〈L'EAU D' ISSEY POUR HOMME〉（97年、「光／香り」）、〈MOTION GRAPHICS〉（97年、「床全体を画面にする」）、〈Apple Computer – presentation plan-〉（97年、「空中に浮かぶ文字／発光ダイオードの残像」）、〈SHISEIDO 5S NEW YORK〉（88年、「宙に浮く水滴」）、〈BMW〉（98年、「重ね合わさる実像と映像」）、〈WINDOW DISPLAY FOR ISSEY MIYAKE〉（99年、「2重フィルムの錯覚」）とある。その中でも筆者の印象に残った作品は、〈ISSEY MIYAKE AOYAMA〉の〈WINDOW DISPLAY FOR ISSEY MIYAKE〉だ。97年のISSEY MIYAKEパリコレのテーマが「白」。白いブティック内で白い構築物ではなく、動きがあるもので表現できないかと吉岡は考え、その答えが「雪」だった。その雪は羽毛でできており、ファンで吹き上げ、繰り返し宙に舞っていた。舞い降りる羽毛が牡丹雪のように見えた。夏の暑い時期にガラスケースの中で舞う雪は幻想的で、衝撃的だった。多くの人が足を止めて見入っていたのを記憶している。そして、この作品は2010年に森美術館で開催された「ネイチャー・センス展」※3で、14mというダイナミックなスケールで再構築され、〈スノー〉という作品へと展開した。自然界の中で雪がゆったりと降り積もる光景が、美術館という閉じられた空間の中で再現されていた。

「スノー」（2010年）。数百kgの羽毛が風によって舞い上がる（写真提供／吉岡徳仁デザイン事務所）

吉岡は1997年、JCDデザイン大賞※4を受賞したが、吉岡の転機になった作品は、パリのカルティエ現代美術財団で開催された〈ISSEY MIYAKE MAKING THINGS〉（98年）の会場構成だ。ヒントになったのは三宅の「子供でも楽しめるものをつくれ」という言葉だった。三宅の伸縮性のある服を天井から吊り下げ、跳ねるような動きを表現した。公開されると、その踊るように跳ねる服の脇で、子供たちが喜んでいた。その時、吉岡は「デザインは表面的な新しさではなく、“人の心を動かす”ことが大事だ」と確信したと言う。その後、この展覧会はニューヨーク、東京と巡回する。

そして、吉岡の世界デビューとなった作品が〈Honey-pop〉（2001年）だろう。1㎝の薄さに積層されたグラシン紙を特定のラインでカットし、広げることでハニカム構造の物体に変容し、座ることでその人の体の形に沿って成型され、イスのフォルムが形づくられる。このイスについて吉岡は、「歴史に残るようなイスをデザインしないと世界には出られない、と知人から聞いていたので、ずっとやっていましたね。今でも好きな作品です」と言う。

吉岡の2000年代以降の仕事は次号で紹介したい。

※1 『トレスコ』第1号　プロトギャラクシー　1999年
※2 『TOKUJIN DESIGN』吉岡徳仁　ギャップ出版　2002年
※3 『ネイチャー・センス――日本の自然知覚力を考える』吉岡徳仁　篠田太郎　栗林隆　平凡社　2010年
※4 〈ISSEY MIYAKE MINAMI-IKEBUKURO〉の店舗デザインの仕事で、1997年度のJCDデザイン大賞受賞

すずき・のりよし／1956年生まれ。編集者、建築ジャーナリスト、大阪芸術大学客員教授。80年武蔵野美術大学建築学科卒業。「インテリア（JAPAN INTERIOR DESIGN）」「icon」編集部を経てフリー。共著に「日本インテリアデザイン史」など。

CALENDAR

今月のイベント

Recombinant Imamiya — 実質的な今宮神社を再構築する
～2019年12月22日
〔東京〕

正午～午後7時　入場料／無料　会場／KYOTO Design Lab 東京ギャラリー　東京都千代田区外神田6丁目11-14 203号室　休館日／月・火曜日　詳細／https://www.d-lab.kit.ac.jp/events/2019/recombinant-imamiya/

京都工芸繊維大学 KYOTO Design Lab（D-lab）は、MITコンピューテーショナルグループ長倉威彦准教授と取り組んだワークショップ、「VR京都— 実質的な京都を再構築する（Augmented, Immersive and Mobile Kyoto）」を元に、展覧会を開催する。本展では、敷地から切り離すことのできない建築物（京都市・今宮神社）に、VR（仮想現実）やAR（拡張現実）などの新しいメディア表現を組み合わせ、来場者にその場所での実体験に近い経験を提供することを試みる。

Life in Finland フィンランドの暮らし展
～2020年1月12日
〔東京〕

午前10時30分～午後7時　入場料／無料　会場／リビングデザインセンターOZONE 5階 特設会場　東京都新宿区西新宿3丁目7-1 新宿パークタワー　休館日／水曜日（祝日除く）、年末年始　詳細／https://www.ozone.co.jp/event_seminar/event/detail/871

2019年は日本とフィンランドの外交関係樹立100周年となる。日本の暮らしやインテリアにおいて人気が高い「北欧デザイン」が生まれる国として、フィンランドは日本になじみの深い国と言える。そんなフィンランドの暮らしのルーツに迫るデザイン展を開催。本展では、フィンランドが1917年に独立して以降のさまざまな時期を象徴する50のオブジェクトを取り上げる。

受贈記念小企画展 今井兼次 不死鳥のモザイク —細部に宿る、造形の魂
～2020年1月13日
〔岐阜〕

午前9時～午後5時　観覧料／一般310　高校生以下無料　会場／多治見市モザイクタイルミュージアム　岐阜県多治見市笠原町2082-5　休館日／月曜日（休日の場合は翌平日）、年末年始　詳細／https://www.mosaictile-museum.jp/exhibition/imaikenji/

日本にアントニオ・ガウディを紹介したことで知られる今井兼次は、作品数は多くないものの情熱的で精神性の高い作品を残し、一部の建築は、その魅力に引かれた人々が補修し、時には断片的に残して今に伝えてきた。2018年度、モザイクタイルミュージアムは、大阪商工信用金庫より、旧東邦商事本町ビル屋上に施工されていた作品の断片を受贈した。これは今井が「フェニックス・モザイク」と呼ぶ手法によって製作した大作「糸車の幻想」の部分。本展は「糸車の幻想」にまつわる経緯を中心に、氏の作品の魅力を紹介する。

窓展：窓をめぐるアートと建築の旅
～2020年2月2日
〔東京〕

午前10時～午後5時（金・土曜日は午後8時まで）　観覧料／一般1200　大学生700　会場／東京国立近代美術館　東京都千代田区北の丸公園3丁目1　休館日／月曜日（2020年1月13日は開館）、年末年始、1月14日　詳細／https://www.momat.go.jp/am/exhibition/windows/

「窓学」を主宰する窓研究所と東京国立近代美術館が開催する本展では、アンリ・マティスの絵画からカッティングエッジな現代美術、また美術の枠を飛び出して世界の窓の歴史まで、さまざまな切り口で窓について紹介する。美術家たちが愛し、描いた窓辺の情景や、日常生活に生かせる窓の知識などが、ジャンルを横断して会場に並ぶ。

ミナ ペルホネン／皆川明　つづく
～2020年2月16日
〔東京〕

午前10時～午後6時　入場料／一般1500　大学・専門学校生、65歳以上1000　中・高校生600　小学生以下無料　会場／東京都現代美術館　東京都江東区三好4丁目1-1　休館日／月曜日（2020年1月13日は開館）、年末年始、1月14日　詳細／https://mina-tsuzuku.jp

デザイナーの皆川明氏が設立したブランド、ミナ ペルホネン。流行に左右されず、長年着用できる普遍的な価値を持つ「特別な日常服」をコンセプトとし、日本各地の生地産地と深い関係性を紡ぎながら、オリジナルの生地からプロダクトを生み出す独自のものづくりを続けてきた。ファッションからスタートした活動は、インテリアや食器など次第に生活全般へと広がり、現在ではデザインの領域を超えて、ホスピタリティーを基盤にした分野へと拡張している。本展覧会では生地や衣服、インテリア、食器等のプロダクトに加えて、デザインの原画、映像、印刷物、皆川氏の挿絵など創作の背景を浮き彫りにする作品群や資料も併せて展示する。展示構成／田根 剛氏

㊙展 めったに見られないデザイナー達の原画
～2020年3月8日
〔東京〕

午前10時～午後7時　入館料／一般1200　大学生800　高校生500　中学生以下無料　会場／21_21 DESIGN SIGHT　東京都港区赤坂9丁目7-6 東京ミッドタウン ミッドタウン・ガーデン内　休館日／火曜日（12月24日、2020年2月11日は開館）、年末年始　詳細／http://www.2121designsight.jp/program/inspiration/

日本デザインコミッティーは1953年の設立以来、銀座の百貨店、松屋との長い関係の中で、優れたプロダクトの選定やデザイン展の開催を通して、日本のデザインに貢献してきた。本展覧会では、現在、日本デザインコミッティーに所属する幅広い世代のメンバーたちが、デザインの過程において生み出してきたスケッチ、図面、模型の数々を展示。デザインの大切なエッセンスが刻まれた「秘められた部分」に焦点を当てる。

モダンデザインが結ぶ暮らしの夢展
2020年1月11日～3月22日
〔東京〕

午前10時～午後6時（2月7日、3月6日は午後8時まで）　入場料／一般800　65歳以上700　大学生600　中・高校生400　小学生以下無料　会場／パナソニック汐留美術館　東京都港区東新橋1丁目5-1 パナソニック東京汐留ビル4階　休館日／水曜日　詳細／https://panasonic.co.jp/ls/museum/exhibition/20/200111/index.html

1928年、初の国立デザイン指導機関として宮城・仙台に商工省工芸指導所が設立され、1933年には来日中のドイツ人建築家ブルーノ・タウト（1880～1938）が顧問に招かれて剣持勇（1912～1971）らの指導にあたる。この時代、国際的に普及していくモダンデザインを通した人々の交流があり、モダンデザインを日本の暮らし方や風土になじませようと模索する日本の工芸関係者の眼差しと、世界的な建築家やデザイナーが、日本建築と意匠に近代性を見出した眼差しは重なり合うものだった。本展では、ブルーノ・タウト、井上房一郎、アントニン&ノエミ・レーモンド夫妻、インテリアデザイナー 剣持勇、家具デザイナーのジョージ・ナカシマ（1905～1990）、彫刻家イサム・ノグチ（1904～1988）による、1930～60年代の工芸品、家具、建築の図面、模型、写真など作品資料約160点を紹介する。会場構成／前田尚武氏

＊2020年2月号（1/28発売）の情報をお待ちしております。締め切り2019年12月25日。担当・柴崎まで

お知らせ

■ 作品募集

MIMARU TOURISM COMPETITION 2019

応募締め切り／2019年12月20日　応募部門／1.ビジュアル部門（デザイン・アート領域での提案）、2.アイデア部門（ビジネス提案やサービス領域での提案）　応募資格／受賞時に一部個人情報について発表可能であること。グループ参加の場合は代表者への連絡及び入賞にあたっての授賞となる。※未成年の応募者は、親権者の同意が必要　応募方法／ウェブサイトより登録する　特別審査員／村山慶輔氏（やまとごころ代表取締役 インバウンド戦略アドバイザー）、三橋竜二氏（トリップアドバイザー シニアマーケティングマネージャー）　詳細／https://mtc.mimaruhotels.com/

ホテルや旅館の経営・管理を行うコスモスホテルマネジメントが主催するコンペで、テーマは「都市滞在での日本体験」。
以下、趣旨文より

昨今、近隣アジア諸国の経済発展は目覚ましく、日本国によるビザの緩和措置などにより都市部を中心に訪日外国人観光客が増えてきています。増え続ける外国人旅行者にとって、現在の日本の都市は本当に価値ある滞在体験を提供できるのでしょうか。

日本が真の観光立国として成長するために、都市としてどのような滞在体験を提供できる可能性があるか、あなたの考える「都市滞在での日本体験」を提案してください。

第2回 ウッドトランスフォーム システムコンペティション

応募締め切り／2019年12月27日　応募資格／不問　応募方法／特設サイトより応募用紙をダウンロードした上、記入した応募用紙のデータをアップロードする　審査委員長／小林博人氏　詳細／https://wtsc.mokusei.net/
以下、趣旨文より抜粋

持続可能な暮らしを未来につないでいくために、さまざまな分野へ木材利用の可能性をつくり出していくことが求められています。日本木材青壮年団体連合会は、木材を使った防災システムの構築を目指し、平成30年にウッドトランスフォームシステム（以下略称、WTS）のさまざまなアイデアを募集するコンペティションを開催。多くの作品応募があり、WTS実現に向けた2作品の試作を行いました。

第2回コンペティションを通じて、更に多くの素晴らしいアイデアを募集し、将来WTSが実社会に組み込まれる防災システムとして普及することを目指します。

第11回 建築コンクール 感じる建築

応募締め切り／2020年1月15日 当日消印有効　応募条件／具体的に完成された建築物及び工作物、モニュメントやプロダクトの類、その他のテーマに属したモノ、インスタレーションや実験的につくられたモノ、その他建築のカテゴリーを広げるアイデアを持ったものであれば可能。パネルにして応募すること。注意：作品を応募する前に、必ず所有者、使用者等の承諾を得ること　※実作でない作品も受け付けるが、「実現可能なアイデア」であることとする　応募資格／不問　応募方法／ウェブサイトより応募登録した後、作品を提出する　審査員／前田啓介氏、田中元子氏、yoshi47　詳細／http://kenchiku-concours-758n.org/

愛知建築士会名古屋北支部が主催するコンクール。テーマは、「感じる建築」。シンポジウム・公開審査：2020年2月1日　午後1時～午後5時　会場／名古屋国際センタービル5階
以下、趣旨文より

「感じる」は、人の心が動くこと。「感じる」ことで、いろいろな対象に心を動かされ、さまざまな表現が生まれます。例えば雨。日本では雨について400を超える表現があり、季節や降り方など、その都度感じた事柄が繊細で多彩な言葉で残っています。「感じる」は、これからも私たちの経験値や人生観などにより多様な意味とさまざまなレベルを持って表現されるべきです。そんな、心の動きと呼応する建築作品を募集します。

the wall 施工例写真コンテスト

応募締め切り／2020年1月31日　対象商品／「the wall」全商品　※クールジャパン、銘木無垢壁材、リブリーピーリング、ウェルドパネルも含む　応募資格／朝日ウッドテック「the wall」シリーズを使用したプロユーザー　応募方法／ホームページの応募フォームより応募　審査員／谷尻誠氏、川上シュン氏　詳細／https://reg31.smp.ne.jp/regist/is?SMPFORM=sgq-lbmimf-d42721080b4739469a0d10a49e353429

朝日ウッドテックが、木質壁天井材「the wall」を使った施工例写真コンテストを開催する。
以下、趣旨文より

壁や天井は、床と同じように内装で広い面積を占めるため、一面を変えるだけで個性のある空間になります。最近では、空間のアクセントになる壁天井材を使った住宅も増えているのではないでしょうか？

当社では、この度壁天井商品を全て「the wall」ブランドへ統一。今回のコンテストでは、審査員に建築家の谷尻誠氏とアートディレクターの川上シュン氏を迎えて、「the wall」を使ってデザインされた施工例写真を募集します。

第11回 スペースデザインアワード

応募締め切り／2020年2月29日　応募条件／2017年2月1日～2020年2月29日の期間でパブリックのブランド製品が納入されたインテリア空間　応募部門／1.食空間　2.ショップ空間、サービス・エンターテイメント空間　3.大規模商空間、文化・公共コミュニケーション空間　4.公共生活空間　応募資格／ブランド製品（クレス・アルティ・フィブラン）取り扱い店、設計事務所、インテリア業務に携わる個人・団体　応募方法／ウェブサイトよりエントリー　審査員／飯島直樹氏（審査委員長）、平田晃久氏、東利恵氏、大嶋秀紀氏、橋本夕紀夫（特別審査員）　詳細／https://www.public-grp.com/topics/kiji/topics062.html

業務用家具の製造・販売を行うパブリックが、自社ブランド製品を使ったアワードを開催する。
以下、趣旨文より

第11回は、「うながす」がテーマです。「人」や「家具」や「空間」が相互に影響し合いながら、動的な関係をつくり出していく。空間デザインの新たな可能性を感じる作品をお待ちしております。

■ 商店建築フェア情報

文苑堂書店 富山豊田店
住所：富山県富山市豊田町2丁目8-14
電話：076-433-8150
期間：12月初旬～予定

文苑堂書店 示野本店
住所：石川県金沢市戸坂西1丁目7
電話：076-267-7007
期間：12月初旬～予定

丸善 京都本店
住所：京都府京都市中京区河原町通三条下ル山崎町251 京都BAL
電話：075-253-1599
開催中

※終了時期につきましては、各店に直接お問い合わせください。

FROM EDITORS

編集後記

最近、カフェやコーヒースタンドを取材する際に、「人の“居方（いかた）”」という観点も重視しながら空間を観察しています。「フィーカファブリーケン」（P.62）「北参道コーヒー」（P.78）「Shinjo Gekijo」（P.99）「テンガチャ」（P.102）のように、街に向けて縁側のような魅力的なベンチを設置するカフェが増えました。誰かがそこに座っているだけで、街が素敵な雰囲気になります。そうした、人の「居方」を研究している人がいます。近畿大学建築学部の鈴木毅教授です。先日、鈴木教授と話した際、魅力的な居場所の条件について、「座る姿が魅力的か」「日常的でありながら、非日常につながる仕掛けがあるか」「オープンな環境でありつつ、親密な場であるか」「居場所は、設置するものではない。個人が主体的に獲得していくプロセスが重要」といったいくつもの観点を伺い、これはカフェを設計する際の指針になる、と膝を打ちました。〔塩田〕

「LEMONADE by Lemonica 渋谷ストリーム店」（P.132）には、多くの観光客が訪れます。撮影のロケハンに訪れた際も、海外からの客がブランコに座りながらレモネードを楽しんでいらっしゃいました。撮影をした早朝には、多くのオフィスワーカーが出勤に急ぐ中、ドリンクができるまでスタッフとの会話を楽しむ常連さんの姿も見られました。2020年1月31日に発売予定の増刊号『good design cafe vol.3』でも、さまざまなシーンを描くカフェやコーヒースタンドを50件掲載しています。是非、お楽しみに！〔車田〕

武蔵新城駅前の「Shinjo Gekijo」は、地域に複数の不動産を所有管理するオーナーが運営するカフェスペース。周辺には同じオーナーによる、賃貸物件の1階を改装したお菓子屋やカフェ、多目的スペースなど街に開いた拠点が点在しています。巡って歩くと、点と点がつながり、街の構造や生活する人々、関係性が立体的に見えてくるようでした。背景にあるのは「街の価値を上げる」という思想。他にも、街を引き込むようなたたずまいの「フィーカファブリーケン」（P.62）、グレーで統一された世界を街に魅せる「アサコイワヤナギ」の2店（P.93）など、各々の形で街の価値向上に寄与するようなお店が集まりました。〔玉木〕

「スターバックス コーヒー 京都BAL店」（P.116）は、名和晃平氏率いるSANDWICHがアートディレクションを手掛けた店舗です。共用通路からは見えるのは、スターバックスコーヒーのロゴが入るアート作品と、その先に配された長さ約10mのバーカウンターや配管ダクトが絡み合う広がりのある空間。店内に足を踏み入れる前から、良い意味での異質さを全身で感じます。80点以上のさまざまなアート作品が散りばめられているので、お気に入りのアートが見える席でコーヒーを楽しまれてはいかがでしょうか。ちなみに、店内のアート作品は購入も可能です。〔伊藤〕

テイクアウトショップ特集では、商店街のアイスクリームショップから、商業施設のフードストア、オフィス街のドリンクスタンドまで、狭小ながらも個性の強い店舗を多数ご紹介しています。東京・池袋の「ラシーヌ ファーム トゥー パーク」や「銀座ソニーパーク」、青山の「シェアグリーンミナミアオヤマ」など、街の中で一息付ける公園空間が改めて提案されている中、10月には軽減税率制度も実施されました。ちょっと贅沢なお店でフードやドリンクを買って、公園で一休み。そんなシーンが今後は更に増えていくのではないでしょうか。今回掲載した店舗は、客に訴求するデザイン性だけでなく、運営を支える機能性がしっかりと備わっています。図面も併せてお楽しみください。〔柴崎〕

「街に対してどう振る舞うか」。路面店だけではなく、店舗づくりにおいては常に重要なテーマです。この「街」というのは変数で、場合によって指し示す対象が異なります。「フィーカファブリーケン」（P.62）は、豪徳寺の商店街に面してカウンターを配置し、街を引き込むように景色をつくっています。「パパブブレ 大丸京都店」（P.158）では、食料品を扱うフロア全体を都市と捉え、人でごった返す環境にささやかな居場所をつくりました。「イルマン堂」（P.57）は移り変わる都市の像が小さな開口から投影され、記憶を紡いでいくという姿勢が伺えます。店舗自体は寿命が短かく、数年で無くなってしまうことも多々ありますが、商業の論理を超えた長いスパンの視野が、街の風景を育てているのではないでしょうか。〔平田〕

NEXT ISSUE 2020年1月号予告

新年特別企画／

デジタルテクノロジーが商空間デザインを変える

2020年の幕開けとなる新年号では、デジタルテクノロジーを特集します。AIやビッグデータ、センシング、ロボットなどの技術が発展していくと、店舗のデザインはどう変わっていくのか。店づくりの未来像をお届けします。

複合書店 YJY（中国・西安市）
設計／アイケイジー
撮影／ナカサ&パートナーズ

第1特集／人が集まる「居場所」としての文化系エンターテインメント施設

現在の商業空間づくりのポイントは、いかに人が集まる「居場所」として店舗を設計していくか。「複合型ブックストア」と「映画館」を例にして考察します。

第2特集／これからは「コミュニケーション空間」の時代

コミュニティーを醸成したり人々のつながりを生み出すコミュニケーションのための空間が、これからの潮流です。サロン型空間や「体験型」企業ミュージアムを取材します。

20年1月号は2019年12月28日書店発売です

www.shotenkenchiku.com

Facebook http://www.facebook.com/shotenkenchiku
twitter http://twitter.com/shotenkenchiku/
Instagram https://www.instagram.com/shotenkenchiku/

「月刊 商店建築」

2019年 年間総目次

Annual Index of Contents 2019

2019年1月号～12月号までの掲載店舗を店名／設計者／掲載月号 - ページの順にまとめました。
店名・設計者は掲載時のものを基本に、一部省略しています。

カフェ　コーヒースタンド

レストラン　ダイニング　各国料理

バー　クラブ　ラウンジ　角打ち

和食　和ダイニング　居酒屋

ファッションストア　ファッション雑貨

インテリア雑貨　ライフスタイルストア　コンセプトショップ　クラフトショップ

専門店

フードショップ

ヘアサロン

エステ　ボディケア　ビューティーサロン

温浴施設　サウナ

ホテル 旅館　ゲストハウス

百貨店　大型・複合商業施設

オフィス　ワークスペース

保育園　キッズスクール

医療施設

ウェディング施設　セレモニー空間

ショールーム　ギャラリー　スタジオ
レンタルスペース　テナントビル

寺院　墓苑　霊園

アミューズメント　体験スペース　公共空間
その他

展覧会　インスタレーション

特集　特別企画　主要記事

コラム

ニュース

プロダクト

連載

商環境インタビュー

取材・文◎神吉弘邦

New Definition of Design デザインの新定義

取材・文◎土田貴宏

WORLD RESORT STYLE

写真・文◎斎藤正洋

Lighting in the Space 明かりのある情景

文◎米津誠太郎

デザインの根っこ

文◎編集部

日本商空間デザイン史

文◎鈴木紀慶

東京ヤミ市建築史 マーケットとその起源を歩く

文◎石榑督和

広告企画

広告企画

BACK NUMBER

商店建築 バックナンバーのご案内

定価2,138円(本体1,944円)

11 2019

大特集/ホテル&ホステル(コンセプチュアルホテル、日本を感じさせるホテル他) **別冊付録**/KYOTO INTERIOR MAP

10 2019

大特集/オフィス&働き方(ラボ型オフィス、コワーキング&シェアオフィス、物流倉庫のリフレッシュスペース) **業種特集**/クラブ&ラウンジ

9 2019

通巻800号特別企画vol.2/タイムレスな店舗デザインを求めて **大特集**/レストラン&ダイニング

8 2019

通巻800号特別企画/ホテルで振り返る、インテリアデザイン史 **大特集**/ファッションストア

7 2019

新作/無印良品 銀座 ムジホテル 銀座 **特別企画**/地域に根差すスモールホテル **特集**/現代のサロン空間、ヘアサロン&ビューティーサロン

6 2019

新作/スターバックスリザーブロースタリー東京、カシヤマダイカンヤマ **業種特集**/気軽に立ち寄れる飲食空間(カフェ、バー、角打ち)

5 2019

業種特集/ホテル大特集 **特別企画**/地域に泊まり、文化を体験するホテル、ホテル開業プレビュー2019-2020

4 2019

大特集/進化するオフィスデザイン **業種特集**/いまどきのキッズスクール—保育園、幼稚園、こども園、ウェディングチャペル&バンケット

3 2019

新作/東京會舘 本館 **特集1**/マテリアル大特集 **特集2**/商業ビルの計画手法

2 2019

業種特集/ヘアサロン、和食店&蕎麦店 **特別企画**/ホテル併設レストラン&バー、自然の気持ちよさを満喫する商空間インテリア

1 2019

新作/とらや赤坂店 **業種特集**/クラフト系ショップ&専門店、クリニック&デンタルクリニック **特別企画**/どうする、どうなる、商空間?!

12 2018

新作/渋谷ストリーム、ヒルトン大阪 **業種特集**/ホテル大特集、一棟貸し宿泊施設

11 2018

新作/銀座ソニーパーク **業種特集**/カフェ大特集、ベーカリー&スイーツショップ **特別企画**/心地よく滞在できるトイレスペースデザイン

10 2018

業種特集/オフィス大特集 **特別企画1**/杉本貴志の商空間デザイン(後編) **特別企画2**/シーンをつくる音響デザイン

9 2018

業種特集/ファッションストア、肉料理レストラン **特別企画**/改めて、設計料を考える 杉本貴志の商空間デザイン(前編)

上記より以前の商品をご希望の方は弊社ホームページ(https://www.shotenkenchiku.com内の「バックナンバー」)からご購入頂くか、販売部(03-3363-5770)までお問い合わせ下さい。

商店建築社発刊
ビジュアル & 実務書
シリーズ

増刊 GREEN is

商業空間を中心とした、植物と共にあるデザインを収録。カフェ、レストラン、ショップ、ホテル、オフィスなど20件を、写真と共に、コンセプト、豊富な設計・植栽データを交えて紹介。巻頭では、永山祐子氏と荻野寿也氏、大野力氏と齊藤太一氏の2組に「今、なぜ緑が求められるのか」を、対談形式でインタビュー。グリーンデザイナーへのQ&A、家具や什器の詳細図面集など、植物と共にある空間デザインに役立つ内容満載の1冊。

定価3,362円(本体3,056円)

掲載事例

・SOLSO HOME Nihombashi/IN THE GREEN　・GORA BREWERY & GRILL
・Mr.FARMER 駒沢オリンピック公園店　・SHARE GREEN MINAMI AOYAMA
・日比谷パークフロント　・PIECE HOSTEL SANJO EAST　他

増刊 Commercial Space Lighting vol.4

「ホテルを体感するライティング」と題して、さまざまな宿泊施設の照明計画や特注照明、ファサード・ライティングを大特集。ラグジュアリー・ホテルの客室のスイッチ設定から旅館における明かりのあり方、ドミトリー・ベッドのシンプルな照明まで、多岐に渡って紹介。またコラムでは、アートとライティングのあり方など、ホテル・デザインには欠かせない考察を掲載。
現在、ホテルの開業を企画、またはリニューアルを手掛けられる方におすすめの一冊。

定価3,850円(本体3,500円)

掲載ホテル

・ハイアット リージェンシー 瀬良垣アイランド 沖縄
(橋本夕紀夫デザインスタジオ × ワークテクト)
・SHANGRI-LA HOTEL Singapore(BOND DESIGN STUDIO × Noosa Design)　他

増刊 カフェ開業 パーフェクトマニュアル

カフェの歴史、豆の種類と抽出方法、コンセプトの立て方、メニュー構成、採算計画、立地選定、インテリアデザイン、厨房計画まで、20業態の実例も併せて詳説。カフェ開業を目指す方、すでに開業している方、店舗デザイナー、チェーン店の店舗開発部署、などを対象に、カフェの開業に必要な事項を体系的に網羅し、経営面に役に立つ内容で構成。

定価3,565円(本体3,241円)

増刊 GOOD DESIGN HOTEL vol.2

ライフスタイルホテルから旅館、ドミトリーまで、多種多様な宿泊施設を掲載。写真や図面、デザインコンセプト、運営・設計データを交えて、ブランド体験やコミュニケーション構築をテーマにしたホテルも探っていく。記事「ホテルの世界観を具現化するアプリケーション・デザイン」では、デザイナーが手掛けたホテルのグラフィックやサインも紹介。

定価3,565円(本体3,241円)

増刊 GOOD DESIGN HOTEL

グランドホテルやライフスタイルホテル、旅館、アートなどのコンセプトホテル、ドミトリーなど多種多様な30件の宿泊施設を掲載。

定価3,300円(本体3,000円)

飲食店の企画プロデュース 資料作成と設計チェックリスト

出店に関わるすべての要素を詳説し、企画書のまとめ方とその実例を掲載。

定価(本体3,900円+税)
ISBN978-4-7858-0343-8

CREATIVE HOTEL & COMMUNICATION SPACE

UDSの手掛けた空間を通して、ハードとソフトを一体化したプロジェクトは、何を意図して具現化が可能かを紹介。

定価(本体4,200円+税)
ISBN978-4-7858-0345-2

コンパクト& コンフォートホテル設計論

快適、機能的、スタイリッシュで、なおかつリーズナブルなビジネスホテルの設計ノウハウとデザイン戦略を紹介。

定価(本体2,667円+税)
ISBN978-4-7858-0338-4

増刊 good design cafe vol.2

前号に引き続きサードウェーブコーヒーの他、ベーカリーやチョコレートショップ、クラフトビアバーなど、50の空間を掲載。

定価2,200円(本体2,000円)

増刊 good design cafe

コーヒースタンドから和カフェまで、50件を収録。巻末には、実際に訪れることができるよう、マップを掲載。

定価2,200円(本体2,000円)

スケッチから学ぶ 新しい飲食店づくり

飲食店の企画コンセプトについて、120枚のスケッチと図面をもとに、インテリアや厨房のデザインなどを解説。

定価(本体3,714円+税)
ISBN978-4-7858-0336-0

Commercial Space Lighting vol.3

巻頭特集「香港から見えるライティング・デザイン」では、現地デザイナー三人にインタビュー。世界基準の照明計画などを紹介。

定価(本体3,700円+税)
ISBN　978-4-7858-0348-3

Commercial Space Lighting vol.2

NEW LIGHT POTTERYの永冨裕幸氏と奈良千寿氏、飛松陶器の飛松弘隆氏にインタビュー。空間にある種の"空気"をもたらすプロダクトを紹介。

定価(本体3,700円+税)
ISBN978-4-7858-0346-9

Commercial Space Lighting

さまざまな商業空間の事例を挙げながら、商業施設における照明計画および特注照明などを紹介する一冊。

定価(本体4,000円+税)
ISBN978-4-7858-0344-5

商業建築・店づくり法規マニュアル

建築基準法、消防法を始めとする建築関連法規に加え、大店法、風営法などの営業関連法規を実践的に解説。法規だけでなく、火災報知機や非常用照明設備など防災の観点から必要な設備なども紹介。さらに、興行施設や健康施設などの営業許可に関する法規も収録。設計実務者が手元に置いておきたい一冊。

定価（本体2,857円＋税）
ISBN978-4-7858-0142-7

新しい飲食店づくりAtoZ

これからの店舗デザイナーを志す人のための入門書。平面計画、厨房計画、コストプランニングなど詳説。

定価（本体3,714円＋税）
ISBN978-4-7858-0332-2

店舗設計製図講座

初心者を対象に、製図と設計の実務について書き記した入門書。巻末には専門用語、現場用語集も収録。

定価（本体3,200円＋税）
ISBN978-4-7858-0318-6

新・店舗のディテール① “集い”のディテール

飲食店の基本である人々が集まり楽しむカウンターとテーブルをテーマに、写真と平面図、展開図、断面図を収録。

定価（本体3,524円＋税）
ISBN978-4-7858-0327-8

新・店舗のディテール② “光る”ディテール

光床・光壁・光天井、照明を内蔵した家具・造作をテーマに、写真と平面図、展開図、断面図を収録。

定価（本体3,714円＋税）
ISBN978-4-7858-0330-8

DENTAL SPACE DESIGN

矯正歯科や審美歯科、小児歯科、予防歯科、歯科技工所まで、さまざまな歯科医療空間を40事例収録。駅前のビルインから郊外の戸建てまで、立地ごとに分類して紹介。巻末では「長く愛される歯科医療空間づくりに求められる設計ポイント」について聞いた「デザイナー・インデックス」を掲載。

定価（本体9,000円＋税）
ISBN978-4-7858-0347-6

和の表情

現代和風デザインのかたち“和”を表現するエレメントを写真で紹介。形態や素材など、8つのテーマで構成。

定価（本体3,000円＋税）
ISBN978-4-7858-0138-0

和の表情　其の弐

好評「和の表情」の第2弾。“和”を表現するエレメントを7つのテーマに分けて写真で紹介するスタイルブック。

定価（本体3,000円＋税）
ISBN978-4-7858-0309-4

Clinic & Pharmacy Design

デザイナーと開業医による開業ストーリーや、図面から読み解く設計コンセプトなどを紹介。

定価（本体4,200円＋税）
ISBN978-4-7858-0342-1

Dental Clinic Design

都心の矯正歯科から、郊外の小児歯科まで、デザインコンシャスな歯科医院を40例収録。

定価（本体7,000円＋税）
ISBN978-4-7858-0337-7

和食料理店&居酒屋

懐石料理、割烹、和ダイニングから居酒屋、寿司、鉄板焼きまで58店を掲載。

定価（本体3,200円＋税）
ISBN978-4-7858-0320-9

焼き肉&各国料理レストラン

焼肉店を中心に、中国料理店、アジアンエスニックレストラン67店を紹介。また、仕上げ材料など設計実務に役立つ資料も収録。

定価（本体4,000円＋税）
ISBN978-4-7858-0267-7

和ダイニング&日本料理店

日本人の琴線に触れる“癒しの空間”を創出した新時代のジャパニーズレストラン&ダイニングバー59店を紹介。

定価（本体3,000円＋税）
ISBN978-4-7858-0144-1

Clinic & Office

クリニックとオフィスに求められるニーズに対応する“デザイナーズ・クリニック&オフィス”51例を紹介。

定価（本体3,200円＋税）
ISBN978-4-7858-0319-3

カフェダイニング

都会のオアシス、コーヒー＋アルファが楽しめる空間62店の空間デザインを紹介。

定価（本体3,000円＋税）
ISBN978-4-7858-0310-0

美容室&エステサロン

美容室やエステサロンなど、“美”への変身をアシストする空間61店を、設計データ、営業データなどとともに収録。

定価（本体3,000円＋税）
ISBN978-4-7858-0139-7

HAIR SALON DESIGN

理美容室を30件、ヘアサロンに付帯することの多いエステやネイルサロンを5件紹介。また、デザイナーとスタイリストが語る「開業ストーリー」などのインタビュー記事を始め、必ず押さえておきたい設計ポイントやトラブル回避テクニックを紹介する「設計講座」、セットミラーやシャンプースペースの「ディテール図面集」などを掲載。

定価（本体3,524円＋税）
ISBN978-4-7858-0341-4

FAÇADE Vol.1

ここ数年、非日常を感じさせる装飾性に富んだファサードデザインが減少する一方、機能的かつシンプルでありながら、人を惹きつけるファサードデザインが増加している。
本書では、飲食店、ブティック、商業ビルなどさまざまな業態を、デジタル、グラフィック、グリーンなど特徴ごとに分類しながら、写真や図面を交えて紹介。

定価（本体3,200円＋税）
ISBN 978-4-7858-0339-1

店舗ファサード&外装

都市を構成する大きな要素であるショップの店構え。飲食店、物販店、サービス施設のファサード300例以上紹介。

定価（本体3,000円＋税）
ISBN978-4-7858-0302-5

ショップサインズ

サインデザインのためのスタイルブック。約580例のショップサインを掲載。

定価（本体3,000円＋税）
ISBN978-4-7858-0147-2

ヨーロピアンショップファサード

パリ・ミラノ・ベルリン・コペンハーゲンのショップファサードを約700枚の写真で紹介。

定価(本体3,905円+税)
ISBN978-4-7858-0334-6

ショップライティング

優れた照明デザインのショップ27業種78店について、デザインの意図、光源や材料仕様などデータとともに紹介。

定価(本体3,000円+税)
ISBN978-4-7858-0143-4

コンパクトショップ

7.85㎡～40㎡未満の小規模店35業種71店の工夫されたデザインを、設計データ、営業データなどの資料とともに紹介。

定価(本体3,000円+税)
ISBN978-4-7858-0141-0

コンパクトショップ2

小規模スペースを有効活用するためのアイデアが詰まった15～50㎡までのショップを紹介。

定価(本体3,000円+税)
ISBN978-4-7858-0306-3

World Grand Hotels

グランドホテルから、新たなカルチャーを発信するデザインコンシャスなホテルまで、11都市30件のホテルを掲載。

定価(本体3,905円+税)
ISBN978-4-7858-0325-4

アメリカンショップファサード

ニューヨーク、マイアミ、フィラデルフィアなどから、飲食店、ブティックなど700点余りを収録。

定価(本体3,524円+税)
ISBN 978-4-7858-0324-7

WORLD SHOP STYLE .com

ヨーロッパ、アメリカの主要都市、最新飲食店・ホテルを39件収録し、店舗デザインの新潮流を探る一冊。

定価(本体3,524円+税)
ISBN978-4-7858-0340-7

World Hyper Interior vol.1

ヨーロッパ、アメリカ、オーストラリア、東南アジアのレストラン、カフェ、バーなどの最新ショップ40件収録。

定価(本体3,200円+税)
ISBN978-4-7858-0317-9

World Hyper Interior vol.2

世界34の都市から飲食店35件、ブティックなど物販店10件収録。解説文は和文、英文にて表記。平面図も併載。

定価(本体3,200円+税)
ISBN978-4-7858-0322-3

World Hyper Interior vol.3

14カ国37の都市から、カフェ、レストランなどの飲食店の他、ホテル、ショールーム、オフィスなども取り上げる。

定価(本体3,524円+税)
ISBN978-4-7858-0323-0

アジアンダイニング
定価(本体3,000円+税)
ISBN978-4-7858-0300-1

アプローチ&エントランス
定価(本体3,000円+税)
ISBN978-4-7858-0301-8

飲食店のキッチン計画 チェックポイント〈改訂版〉
定価(本体3,495円+税)
ISBN978-4-7858-0305-6

カフェレストラン
定価(本体3,000円+税)
ISBN978-4-7858-0133-5

建築家のインテリアデザイン
定価(本体3,524円+税)
ISBN978-4-7858-0321-6

ショップファサード
定価(本体4,000円+税)
ISBN978-4-7858-0266-0

ショップライティングガイドブック
定価(本体3,200円+税)
ISBN978-4-7858-0316-2

スキップステップスロープ
定価(本体3,000円+税)
ISBN978-4-7858-0311-7

転用 装飾 再生
定価(本体3,000円+税)
ISBN978-4-7858-0148-9

透明素材/透光素材
定価(本体3,200円+税)
ISBN978-4-7858-0313-1

美容室&エステスパ
定価(本体3,200円+税)
ISBN978-4-7858-0315-5

美容室&ブティック
定価(本体4,952円+税)
ISBN978-4-7858-0259-2

ファサード&サイン
定価(本体3,524円+税)
ISBN978-4-7858-0326-1

レストラン&バー
定価(本体3,200円+税)
ISBN978-4-7858-0314-8

店舗のディテール

基準寸法と計画の方法を解説した店づくりのための参考資料。

店舗のディテール①
飲食店の家具・造作 品切れ
定価(本体3,500円+税)
ISBN978-4-7858-0160-1

店舗のディテール②
専門料理店の家具・造作
定価(本体3,500円+税)
ISBN978-4-7858-0161-8

店舗のディテール③
物販店の展示・収納什器
定価(本体3,600円+税)
ISBN978-4-7858-0162-5

店舗のディテール④
モダン和風
定価(本体3,689円+税)
ISBN978-4-7858-0163-2

店舗のディテール⑤
各種カウンター 品切れ
定価(本体3,882円+税)
ISBN978-4-7858-0164-9

店舗のディテール⑥
照明・陳列什器 品切れ
定価(本体3,786円+税)
ISBN978-4-7858-0165-6

DESIGNER'S SHOWCASE

日本を代表する空間デザイナーの仕事を一冊にまとめた作品集。

vol.01
Yukio Hashimoto
橋本夕紀夫 品切れ
定価(本体3,905円+税)
ISBN978-4-7858-0328-5

vol.02
Ryu Kosaka
小坂 竜 品切れ
定価(本体3,905円+税)
ISBN978-4-7858-0329-2

vol.03
Akihito Fumita
文田昭仁
定価(本体3,905円+税)
ISBN978-4-7858-0331-5

vol.04
Koji Kakitani
柿谷耕司
定価(本体3,905円+税)
ISBN978-4-7858-0333-9

vol.05
Yusaku Kaneshiro
兼城祐作
定価(本体3,905円+税)
ISBN978-4-7858-0335-3

商店建築webサイト

https://www.shotenkenchiku.com

商品をご希望の方は、弊社ホームページ内の「書籍・増刊号」からご購入いただくか、販売部(03-3363-5770)までお問い合わせください。

I'm home.

BIMONTHLY MAGAZINE, 2020 JANUARY no.103

I'm home.のホームページで購入の申し込みができます。 URL=http://www.imhome-style.com

Now on sale 定価1,894円 本体1,722円 A4変型判

SPECIAL ARTICLE
IDEAL
HOME LIGHTING
光の質にこだわり明かりを楽しむ
02 Yano Residence／天然社+ICE都市環境照明研究所

SPECIAL ARTICLE

IDEAL HOME LIGHTING

光の質にこだわり明かりを楽しむ

01 Penthouse Y & A／Architectus+Wilson Associates+WORKTECHT
02 Yano Residence／天然社+ICE都市環境照明研究所
03 Inoue Residence／GEN INOUE+Mantle
04 S Residence／MDS一級建築士事務所+シリウスライティングオフィス

LIGHTING TALK
照明デザイナーが選ぶ光 ―対談 武石正宣×早川亜紀―

PRODUCTS
PENDANT & CEILING LIGHTS / FLOOR LAMPS / TABLE LAMPS / BRACKET LIGHTS / DOWN, SPOT & FOOT LIGHTS / LINE & SPECIAL LIGHTS / RECHARGEABLE LIGHTS / DIMMER CONTROL & SWITCH PLATE / OUTDOOR LIGHTS

CLOSE-UP **FLOS**
MARKERS
LIGHTING TREND

SCENES WITH COURTYARDS

中庭のある住まいに暮らす

01 M Residence／手嶋保建築事務所
02 K Residence／永松淳建築設計事務所

OWN THE COMPLEX

賃貸併用住宅を建築家と建てる

CASE STUDY
01 A & K Residence／桑原聡建築研究所
02 H Residence／中尾英己建築設計事務所

SENSE OF WALL
CLOSE-UP DESIGNER **MONICA ARMANI**
CLOSE-UP **CECCOTTI COLLEZIONI**
FOCUS ON **è interiors | BoffiDePadova**

連載 FOCUS MATERIAL -GLASS-
連載 MAKING OF HOME
連載 VIEWS OF THE WORLD
連載 ARCHITECT FILE 彦根 明／彦根建築設計事務所
エッセイ ふしん道楽 安野モヨコ

バックナンバー Backnumber

定価1,894円（本体1,722円）

no.102 NOVEMBER
猫と犬と、住まいと／映画のようなバスルーム

no.101 SEPTEMBER
職住一体という選択／これからの中古マンション市場

no.100 JULY
美しいキッチンの秘密／9人のデザイナーに聞く、住まいの在り方

no.99 MAY
贅沢な庭、豊かな暮らし／個性を磨く子ども部屋

no.98 MARCH
美しい住まいには美しい"窓"がある／パリのアパートメント

no.97 JANUARY
年を経ても暮らせる心地良い住まい／上質な眠りへと誘うベッドルーム

no.96 NOVEMBER
植物を楽しむインテリア／空間を立体的につなぐ高低差のある住まい

no.95 SEPTEMBER
空間のグレードを高めるリノベーション／二世帯住宅で心地良く暮らす

no.94 JULY
住まいのステージとなる上質なキッチン／アートを楽しむ住まい

no.93 MAY
庭が暮らしにもたらす豊かな時間／自然を取り込むバスルームデザイン

no.92 MARCH
職住一体の住まいで自分らしく暮らす／美しく機能的な収納づくり

no.91 JANUARY
美しい明かりに包まれた住まい／オーナーの個性を映し出したカフェ併用住宅

※上記より以前の商品をご希望の方は弊社ホームページからご購入いただくか、販売部（03-3363-5770）までお問い合わせください。

定期購読のご案内

便利でお得な定期購読をぜひご利用ください!!

メリット.1 **日本全国送料無料で毎号お届けします**
ゆうメールで発送、指定のポストに投函します。

メリット.2 **人気特集や注目新作掲載号の買い逃しなし**
近くに書店がない場合や、忙しくて書店に行く時間がない場合でも安心です。

メリット.3 **購読中のプリント版と同じ号のデジタル版(Zinio提供)が無料で読み放題**
どこにでも何冊でも持ち運べるデジタル版は打ち合わせや出張にも役立ちます。

※当社に定期購読をお申し込みされた会員様限定のサービスです。

商店建築

毎月28日発売
1年12冊　25,656円(税込)

I'm home.

奇数月16日発売
1年コース(6冊+1冊プレゼント)
11,364円(税込)

2年コース(12冊+3冊プレゼント)
22,728円(税込)

〈お申し込み方法〉

1. 商店建築Webサイトで
https://shotenkenchiku.com

「定期購読」から希望する雑誌を選択
お支払いはクレジットカード・コンビニ・
振り込みから選べます。

2. FAXで
03-3363-5792

下の記入欄に必要事項を記入して送信
折り返しご請求書を郵送いたします。

3. メールで
salesdpt@shotenkenchiku.com

下の記入欄と同じ必要事項を記入して送信
ご請求書のPDFを添付して返信いたします。

通常発売日より1〜3日程度でお届けします。お支払い後のキャンセルおよび購読の途中解約は承ることが出来ません。
個人情報の取り扱い｜弊社に提供された個人情報は、弊社のプライバシーポリシーに基づき厳重に管理し、この目的以外で許可なく第三者への提供は致しません。

〈FAX用お申し込み欄〉 ※デジタル版無料閲覧サービスのご利用にはメールアドレスの登録が必要です。

ご希望の雑誌に○を付けてください▶ **商店建築** ・ **I'm home.(1年コース)** ・ **I'm home.(2年コース)**	
フリガナ お名前	性別　男性　女性
フリガナ 会社名	部署名
ご住所　〒	都道府県
TEL	E-mail※

FAX送信：**03-3363-5792** 番号のお掛け間違いにご注意ください。

問い合わせ先(配送未着・住所変更・その他)
㈱商店建築社　定期購読係　TEL：03-3363-5910(平日10：00〜18：00)　E-mail：salesdpt@shotenkenchiku.com

商店建築バックナンバー・書籍取扱店

※在庫の詳細につきましては、
各書店に直接お問い合わせください。

北海道・東北地方

【北海道】
旭川市 コーチャンフォー旭川店 …… 0166-76-4000
ジュンク堂書店旭川店★ …… 0166-26-1120
釧路市 コーチャンフォー釧路店 …… 0154-46-7777
札幌市 紀伊國屋書店札幌本店★ …… 011-231-2131
三省堂書店札幌店※ …… 011-209-5600
コーチャンフォー新川通り店★ 011-769-4000
コーチャンフォーミュンヘン大橋店★ 011-817-4000
MARUZEN&ジュンク堂書店札幌店★
…… 011-223-1911
函館市 函館 蔦屋書店★ …… 0138-47-3771

【岩手県】
盛岡市 ジュンク堂書店盛岡店★ …… 019-601-6161
奥州市 松田書店本店 …… 0197-23-2532

【宮城県】
仙台市 ジュンク堂書店仙台TR店★ …… 022-265-5656
蔦屋書店仙台泉店★ …… 022-772-2011
八文字屋書店泉店 …… 022-371-1988
丸善仙台アエル店★ …… 022-264-0151

【山形県】
山形市 こまつ書店寿町本店 …… 023-641-0641

【福島県】
郡山市 ジュンク堂書店郡山店 …… 024-927-0440

関東地方

【茨城県】
ひたちなか市 蔦屋書店ひたちなか店 …… 029-265-2300

【栃木県】
宇都宮市 喜久屋書店宇都宮店★ …… 028-614-5222
佐野市 宮脇書店イオンタウン佐野店 0283-24-9007

【群馬県】
太田市 ブックマンズアカデミー太田店★ 0276-40-1900
高崎市 ブックマンズアカデミー高崎店★ 027-370-6166
前橋市 煥乎堂前橋本店 …… 027-235-8111
ブックマンズアカデミー前橋店★ 027-280-3322

【埼玉県】
久喜市 蔦屋書店フォレオ菖蒲店★ …… 0480-87-0800
さいたま市 ジュンク堂書店大宮高島屋店★ 048-640-3111

【千葉県】
市川市 ときわ書房本八幡 …… 047-336-3354
習志野市 丸善津田沼店※ …… 047-470-8311
柏市 ジュンク堂書店柏モディ店 …… 04-7168-0215
印西市 宮脇書店印西牧の原店 …… 0476-40-6325

【東京都】
千代田区 三省堂書店神保町本店★ …… 03-3233-3312
丸善丸の内本店★ …… 03-5288-8881
中央区 銀座蔦屋書店★ …… 03-3575-7755
誠品生活日本橋★ …… 03-6225-2871
丸善日本橋店★ …… 03-6214-2001
八重洲ブックセンター本店★ …… 03-3281-1811
新宿区 紀伊國屋書店新宿本店★ …… 03-3354-5704
ブックファースト新宿店★ …… 03-5339-7611
目黒区 中目黒蔦屋書店※ …… 03-6303-0940
世田谷区 二子玉川 蔦屋家電★ …… 03-5491-8550
渋谷区 青山ブックセンター本店★ …… 03-5485-5511
代官山 蔦屋書店★ …… 03-3770-2525
MARUZEN&ジュンク堂書店渋谷店★
…… 03-5456-2111
中野区 ブックファースト中野店★ …… 03-3319-5161
豊島区 三省堂書店池袋本店★ …… 03-6864-8900
ジュンク堂書店池袋本店★ …… 03-5956-6111
立川市 ジュンク堂書店立川高島屋店★ 042-512-9910
オリオン書房ノルテ店 …… 042-522-1231
武蔵野市 ジュンク堂書店吉祥寺店★ …… 0422-28-5333
多摩市 丸善多摩センター店★ …… 042-355-3220
稲城市 コーチャンフォー若葉台店★ …… 042-350-2800

【神奈川県】
川崎市 丸善ラゾーナ川崎店★ …… 044-520-1869
相模原市 ACADEMIAくまざわ書店橋本店
…… 042-700-7020
藤沢市 ジュンク堂書店藤沢店★ …… 0466-52-1211
湘南 蔦屋書店※ …… 0466-31-1510
横浜市 紀伊國屋書店横浜店 …… 045-450-5901
有隣堂伊勢佐木町本店 …… 045-261-1231

中部地方

【新潟県】
三条市 知遊堂三条店 …… 0256-36-7171
新発田市 コメリ書房新発田店 …… 0254-20-1011
新潟市 ジュンク堂書店新潟店 …… 025-374-4411
知遊堂亀貝店 …… 025-211-1858

【富山県】
富山市 紀伊國屋書店富山店★ …… 076-491-7031
ブックスなかだ本店★ …… 076-492-1192
文苑堂書店富山豊田店 …… 076-433-8150
明文堂書店富山新庄経堂店 076-494-3530
文苑堂書店藤の木店 …… 076-422-0155

【石川県】
金沢市 勝木書店Super KaBoS大桑店★
…… 076-226-1170
文苑堂書店示野本店 …… 076-267-7007
明文堂書店金沢ビーンズ★ …… 076-239-4400
森井書店※ …… 076-221-0573

【山梨県】
甲府市 ジュンク堂書店岡島甲府店★ 055-231-0606

【長野県】
長野市 平安堂長野店★ …… 026-224-4545
松本市 丸善松本店★ …… 0263-31-8171

【岐阜県】
岐阜市 丸善岐阜店★ …… 058-297-7008

【静岡県】
静岡市 戸田書店静岡本店★ …… 054-205-6111
MARUZEN&ジュンク堂書店新静岡店★
…… 054-275-2777
浜松市 谷島屋浜松本店★ …… 053-457-4165
谷島屋イオンモール浜松志都呂店※
…… 053-415-1341

【愛知県】
一宮市 宮脇書店尾西店 …… 0586-47-7111
名古屋市 三省堂書店名古屋本店★ …… 052-566-6801
ジュンク堂書店名古屋店★ …… 052-589-6321
ジュンク堂書店名古屋栄店★ 052-212-5360
ジュンク堂書店ロフト名古屋店★052-249-5592
丸善名古屋本店★ …… 052-238-0320
らくだ書店本店 …… 052-731-7161

近畿地方

【三重県】
四日市市 丸善四日市店 …… 059-359-2340

【滋賀県】
甲賀市 ハイパーブックス水口店 …… 0748-65-1220
長浜市 ハイパーブックス長浜店 …… 0749-65-0001
彦根市 ハイパーブックス彦根店 …… 0749-30-5151
東近江市 ハイパーブックス八日市店 …… 0748-20-4550
草津市 ハイパーブックス駒井沢店 …… 077-568-0111
ハイパーブックスかがやき通り店 077-566-0077

【京都府】
京都市 大垣書店イオンモールKYOTO店※
…… 075-692-3331
ジュンク堂書店京都店※ …… 075-252-0101
ふたば書房御池ゼスト店★ …… 075-253-3151
丸善京都本店★ …… 075-253-1599

【大阪府】
茨木市 HYPER BOOKS GODA …… 072-640-0907
大阪市 梅田 蔦屋書店★ …… 06-4799-1800
紀伊國屋書店梅田本店★ …… 06-6372-5821
ジュンク堂書店大阪本店★ …… 06-4799-1090
ジュンク堂書店近鉄あべのハルカス店
…… 06-6626-2151
ジュンク堂書店天満橋店★ …… 06-6920-3730
ジュンク堂書店難波店★ …… 06-4396-4771
MARUZEN&ジュンク堂書店梅田店★
…… 06-6292-7383
柳々堂★ …… 06-6443-0167
守口市 未来屋書店大日店 …… 06-6900-6030
八尾市 丸善八尾アリオ店※ …… 072-990-0291

【兵庫県】
神戸市 ジュンク堂書店三宮駅前店 …… 0078-252-0777
ジュンク堂書店三宮店★ …… 078-392-1001
喜久屋書店北神戸店 …… 078-983-3755
西宮市 ジュンク堂書店西宮店★ …… 0798-68-6300
ブックファースト西宮ガーデンズ店★
…… 0798-62-6103
姫路市 ジュンク堂書店姫路店 …… 079-221-8280

【奈良県】
橿原市 喜久屋書店橿原店 …… 0744-20-3151

【和歌山県】
和歌山市 TSUTAYA WAYガーデンパーク和歌山店
…… 073-480-5900
宮脇書店ロイネット和歌山店 …… 073-402-1472

中国・四国地方

【鳥取県】
米子市 本の学校 今井ブックセンター※ 0859-31-5000

【岡山県】
岡山市 丸善岡山シンフォニービル店★ 086-233-4640
宮脇書店岡山本店 …… 086-242-2188
倉敷市 喜久屋書店倉敷店 …… 086-430-5450

【広島県】
広島市 ジュンク堂書店広島駅前店 …… 082-568-3000
フタバ図書アルティアルパーク北棟店
…… 082-270-5730
丸善広島店★ …… 082-504-6210
福山市 啓文社ポートプラザ店 …… 084-971-1211

【徳島県】
徳島市 附屋書店国府店 …… 088-643-3233
板野郡 附家書店松茂店 …… 088-683-4721

【香川県】
高松市 宮脇書店総本店 …… 087-823-3151
宮脇書店本店★ …… 087-851-3733

【愛媛県】
松山市 ジュンク堂書店松山店※ …… 089-915-0075
新居浜市 宮脇書店新居浜本店 …… 0897-31-0586
高知市 高知 蔦屋書店※ …… 088-882-5544

九州・沖縄地方

【福岡県】
福岡市 ジュンク堂書店福岡店★ …… 092-738-3322
丸善博多店★ …… 092-413-5401
六本松蔦屋書店※ …… 092-731-7760
北九州市 ブックセンタークエスト小倉本店★
…… 093-522-3912
喜久屋書店小倉店 …… 093-514-1400

【熊本県】
熊本市 蔦屋書店熊本三年坂★ …… 096-212-9111

【大分県】
大分市 ジュンク堂書店大分店※ …… 097-536-8181

【宮崎県】
都城市 田中書店川東店 …… 0986-46-2322

【鹿児島県】
鹿児島市 ジュンク堂書店鹿児島店★ …… 099-216-8838
ブックスミスミオプシアミスミ店★ 099-813-7012

【沖縄県】
うるま市 宮脇書店うるま店 …… 098-989-3395
北谷町 宮脇書店北谷店 …… 098-921-7663
那覇市 ジュンク堂書店那覇店★ …… 098-860-7175

★……書籍・雑誌バックナンバー取扱店
※……雑誌バックナンバー取扱店
無印……書籍取扱店

商店建築12月号増刊
クリエイティブオフィスデザイン
Creative
Office
Design
多様なワークスタイルを
支える空間デザイン
好評発売中!
定価：3,300円（本体3,000円） A4正寸 オールカラー 128頁

バックナンバーのお知らせ

※当社のホームページ（www.shotenkenchiku.com）で内容の検索、購入ができます。

商店建築

A4判 定価（本体1,944円＋税）

ホテル、オフィス、カフェ、レストラン、クリニックなど、あらゆる分野の商業施設、
飲食店やサービス業・小売店の個別ショップデザインを網羅。
ショップデザイナーのみならず、ショップのつくり手やオーナーなど、
全員にとっての有益な最新情報が満載です！

株式会社 商店建築社
〒160-0023 東京都新宿区西新宿 7-5-3 斉藤ビル4F
TEL.03-3363-5770 FAX.03-3363-5792

TOPICS

※価格は税別金額です

enstolの新作座椅子

京都の家具店、enstol（エンストル）は、職人が一台一台製作する上質なつくりの低座椅子「za chair」を発売した。“くの字”を描く鎖骨のような角が印象的なデザイン。背もたれ部分の生地の張り加減にこだわり、程よい姿勢を保ちつつさまざまな座り方で寛げる。フレームはオーク無垢材のオイル仕上げ。張り地はファブリック（A、B、E、Sランク）とレザー（Lランク）から選べる。サイズ：w490×d545×h590（sh230）mm、価格：78,000円～。

enstol
URL◎https://enstol.co.jp/
電話◎（0774）25-3490
〔資料請求番号901〕

建材の移動を容易にするバキュームリフター

ボウクスは、ポータブル電動バキュームリフター「GRABO – グラボ」の販売およびレンタルサービスを開始した。持ち手がない建材、ガラス、スチール、プラスチック、木材、タイルなどの床材・壁材移動を容易にする。操作は親指のスイッチひとつで瞬時にバキュームを作り、また解除もできる。最大170kgまで保持可能。本体サイズ：w297×d181×h115mm。重量：1.5kg。作業時間（フル充電時）：約1.5時間。販売価格：49,800円、レンタル料金：1,000円（2泊3日）。

ボウクス
URL◎https://www.bowcs.co.jp
電話◎（044）431-5052
〔資料請求番号902〕

配光角、明るさ、光色を調整できるツリー用アップライト

「De-SPOT トライリング」は、本体に付いた3つのリングの操作により、配光、調光、調色ができるガーデンツリー用アップライト。樹冠にあわせて20°から40°までの範囲で光の広がりを調整できるほか、樹木の高さに合わせて明るさを1～600lmで調整可能、さらに葉や花の色に合わせて2700～5000Kまでの色温度調整ができ、設置場所や照射対象、季節に合わせたライティングを実現する。本体カラーはシルバーとチャコールグリーンを用意。サイズ：w70×d123×h166mm、価格：57,000円～。

タカショー
URL◎https://takasho.co.jp/　電話◎（073）482-4128
〔資料請求番号903〕

デコレーションブラインド「カテラ」がリニューアル

金属チェーンを利用した装飾デコレーションブラインド「カテラ」。「カテラ スペシャルデザイン固定式サークルタイプ」は、円柱形にしたステンレスのプレートに金属チェーンを1本ずつつるした固定サークル仕様の製品。チェーンの間隔は10、20、30mmピッチ等から選べる。スポットライトや照明と組み合わせ、チェーンシャンデリアや光の柱上の装飾、舞台や披露宴などをより華やかな空間に演出する。また、1本ごとに異なったチェーンをつるすなどのコーディネートタイプも製作可能。

東京ブラインド工業
URL◎http://tokyo-blinds.co.jp　電話◎（03）3443-7771
〔資料請求番号904〕

機能性と高い質感を両立した置敷きビニル床タイル

田島ルーフィングより、ノーメンテナンス対応の置敷きビニル床タイル「レイフラットタイルノーワックス」が発売された。メンテナンスの手間やコストを省けるほか、抗菌性も付与されているので使用場所の選択肢が幅広い。また、表面には光沢を抑えた耐久性の高いUV層が採用されているので、店舗やオフィスなどでも長期間に渡り美観を保つ。木目、石目、抽象柄など全64色を用意。サイズ：500mm角、150×1000mm、厚さ5.0mm、価格：8,900円／㎡。

田島ルーフィング
URL◎https://www.tajima.jp/
電話◎（03）6837-8880
〔資料請求番号905〕

面状格子間仕切り「ダミエラ ブリズ」

伝統的な格子柄デザインの外装用面状ルーバー「ダミエラ」のパネルを両面に取り付け、背面からの意匠にもこだわった間仕切り。外装用の「自立フェンス仕様」（写真）は上部の固定が必要のない片持ちタイプ。両端固定タイプの「ファサード仕様」は住宅やマンションのエントランスのほか、防風スクリーンとしての使用が可能。パネル形状は、凹凸のない「プレーンリーフ」と凹凸のある「ディコルリーフ」の2種、カラーは4色を用意。価格は要問い合わせ。

エービーシー商会
URL◎https://www.abc-t.co.jp/
電話◎（03）3507-7194
〔資料請求番号906〕

MAGISの新作スツール

ジャージー・セイモアによるデザインの「Bureaurama」は、リサイクル可能なアルミニウムを溶接したシンプルで直線的なフォルムのスツール。家具には珍しい蛍光カラーのオレンジとイエローや、惑星を彷彿とさせるハンドスプレーペインティングが施されたブラックなど印象的なカラーをそろえる。写真のスツールのほか、サイドテーブルにもなる3サイズ展開。屋内外問わず幅広く使用可能。サイズ：w365×d360/425×h500/620/740㎜。価格：67,000〜78,000円。

MAGIS
URL◎https://magisjapan.com
電話◎(03) 3405-6050
〔資料請求番号907〕

イタリア製の機能性に優れた水性塗料のカタログ配布

"自分だけの個性と感性を表現した空間づくり"をテーマにイタリア製内装用塗料、左官材を輸入販売しているアクアペイントでは、イタリアGIOLLI(ジョッリ)社の機能性に優れた水性塗料のカタログを無料配布している。子供部屋に適した空気をイオン浄化する塗料「アリアプーラ」、睡眠中の呼吸により湿気の多い寝室に、防カビ塗料「ジョッリサナ」など、居住空間の壁天井に塗装仕上げするだけで、健康に良い空間を作ることができる塗材を豊富にラインアップしている。

アクアペイント
URL◎http://www.acquapaint.com
電話◎(03) 3420-8747
〔資料請求番号908〕

輝く艶が美しいイタリアンモザイクタイル「Four Season」

アドヴァンでは、ウェットな表面をデザインしたイタリアンモザイクタイル「Four Season(フォーシーズン)」を発売した。汚れに強くカビの生えない目地材"アド・PU ジョイント(ポリウレタン目地材)"にキラキラパウダーを混ぜて施工すると、目地までキラキラに仕上がり美しい光沢を放つ。バリエーションは、スノー、スプリング、オウタム、オアシ、サマー、フォグ、ウインターの7種。サイズ：295角×t10㎜、㎡枚数は11.11シート、価格：5,400円／シート。

アドヴァン
URL◎https://www.advan.co.jp/　電話◎(03) 3475-0281
〔資料請求番号909〕

ラインストーン付モールディング

パールホワイトの塗装にキラリと光るラインストーンが特長のポリウレタン製モールディング。レースのような繊細なデザインが上品で可愛らしいインテリアを演出する。軽量なポリウレタン製でカットや加工も簡単。直材に加えて専用の入隅材もラインアップしており、コーナーの処理も安心。店舗の内装やショーウィンドー、什器の装飾をはじめ、ワンランク上の空間演出を可能にする。

みはしショップ
URL◎http://www.mihasishop.jp
電話◎(03) 5967-0525
〔資料請求番号910〕

スリムタイプのライン照明シリーズ　新発売

コイズミ照明は、スリムタイプ(幅25㎜、高さ50㎜)の電源一体型ライン照明「ソリッド スリム シームレス ライン」シリーズ(新製品20機種)を発売した。連結時もシームレスな光をつくり出し、均一発光を実現。ベース照明や間接照明として使用でき、さまざまな演出に対応する。直付、壁付、床置取付可。長さ：600、900、1200、1500㎜、色温度:2700、3000、3500、4000、5000K。調光:100〜1%(位相制御方式)。価格：19,800〜28,800円。

コイズミ照明
URL◎https://www.koizumi-lt.co.jp/
電話◎(06) 6266-8141
〔資料請求番号911〕

手すき越前和紙に不燃性を付与した化粧板

フクビ化学工業は、杉原商店の手すき越前和紙に独自のコーティング技術で耐久性と不燃性を付与した新しい建材「不燃手すき和紙化粧板 越柊(こしゅう)」を発売した。手すき和紙の風合いはそのままに表面処理を施し、酸化マグネシウム板と複合、強度の高い3×6の大判パネルとしたもの。一般的な化粧板と同じように両面テープや接着剤での施工が可能になっている。柄バリエーションは6種を用意。サイズ：930×1850×t3.2㎜。価格：50,000円／枚。

フクビ化学工業
URL◎https://www.fukuvi.co.jp
電話◎0800-919-2911
〔資料請求番号912〕

TOPICS

※価格は税別金額です

スタイリッシュなデザインの酒燗器

「TSK-11」は、黒とクロームを主体としたカラーリングとコンパクトなデザインを採用した酒燗器。瞬間加熱式で45〜65℃まで好みの温度で連続採酒が可能。メインスイッチを入れて温度設定をすれば、お銚子をセットするだけで燗酒が抽出できる。日本酒のセッティングも一升瓶に専用のキャッパーを取り付けて、瓶受けに差し込むだけと簡単。訪日客の多い飲食店に最適。サイズ:w200×d395×h388(瓶セット時600)mm、価格:120,000円。

タイジ
URL◎https://www.taiji.co.jp/
電話◎(044)329-5880
〔資料請求番号913〕

ホシザキより「デザイン冷凍冷蔵庫シリーズ」新発売

業務用冷凍冷蔵庫の外装にデザイン性に優れた特殊な面材を使用した「デザイン冷凍冷蔵庫シリーズ」。オープンキッチン形式の飲食店の増加に対応したもので、業務用ならではの機能性に“魅せる”要素が付加されたシリーズとなっている。面材は「ブラックステンレス(以下BK)」と「バイブレーション加工(以下VB)」の2種を用意。ラインアップは、冷凍冷蔵庫208機種(BK、VB各104機種)、テーブル型冷凍冷蔵庫96機種(BK、VB各48機種)。オープン価格。

ホシザキ
URL◎https://www.hoshizaki.co.jp/
電話◎(0562)96-1121
〔資料請求番号914〕

現場の状況をリアルタイムで共有できる「現調くん」

施工や調査の進捗状況をリアルタイムで確認できるサービスが登場。専用のスマートフォンで内装工事の現場などを現地と遠隔地の担当者同士で動画を確認しながら画像を撮影し、データの共有ができる。撮影後に帰社して画像を送付していた従来の方法に比べ、レスポンスが早く、営業の業務効率化にも繋がる。また、現場への訪問も少なくなるため、交通費などの経費も削減できる。現調くんシステム専用のスマートフォンをレンタルできるパッケージも用意。レンタル価格:5,000円／月〜。

三晃堂
URL◎http://www.e-sankodo.com/gen/
電話◎0800-777-0783
〔資料請求番号915〕

新感覚の装飾タイルカタログ発刊

400年を越える歴史を持つ、美濃焼の地である岐阜・土岐市に本拠を構え、やきものの新しい可能性を追求し、光と影を効果的に印象付けるタイルを製造販売する虔山(Kenzan)の装飾タイルカタログが発刊された。和洋のテイストを問わず活用できる銀イブシやアンティークゴールドなどの新色をはじめ、新製品および新事例が加わり魅力あるカタログに仕上がっている。美的で独創的なこだわりの空間デザインのために活用できる。A4判106ページ。

虔山
URL◎http://www.kenzan-yakimono.com
電話◎(0572)55-1231
〔資料請求番号916〕

「エービーシー商会 改修カタログ」発行

商業施設、オフィスビル、住宅、公共施設、工場、倉庫などさまざまな施設における改修提案を行うカタログ。「水周りの床の改修」「短時間での床改修」「外装のイメージチェンジ」「特定天井にも対応する超軽量天井」など床、壁、天井などの部位別のほか、「夏季の室内温度上昇を抑制」「屋内外の騒音対策に」など目的別の改修例を提案している。改修前後の写真を多く採用し、施主、設計者などが既存建築物の改修例を視覚的に確認できる。A4判、オールカラー、60ページ。

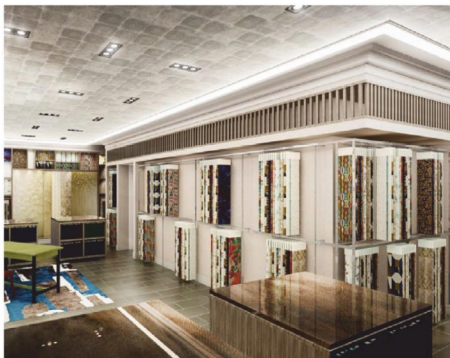
エービーシー商会
URL◎https://www.abc-t.co.jp/
電話◎(03)3507-7132
〔資料請求番号917〕

クラフトタイルの新作カタログ発刊

平田タイルは、クラフトタイルコレクションBISCUITの2020年度新作カタログ「BISCUIT 2020」を発刊した。今年のコレクションは、クラフトタイルならではの焼き物としての魅力や多彩な表現力を引き出したラインアップとなっている。釉薬の美しさにこだわり、幾何学表現で空間をモダンに仕上げる壁用タイル「Inline(インライン)」など、全34シリーズ、175アイテム(内、新製品7シリーズ、24アイテム)を掲載。A4判変形、全144ページ。

平田タイル
URL◎http://www.biscuittile.co.jp/
電話◎(03)5308-1130
〔資料請求番号918〕

トミタの大阪ショールームがオープン

壁紙やインテリアファブリックス、インテリアアイテムなどを展開するトミタは、大阪・本町に"Premier High-end interior〜世界最上級のインテリア〜"をコンセプトとした新ショールームをオープンした。オリジナルの壁紙を始め、イタリア・PROMEMORIAのイス(写真中)や、やイギリス・JANE CHURCHILLのファブリックス(写真下)など、世界中から厳選した約20000点ものインテリアアイテムを展示。上質な空間づくりに最適な商品を取り揃える。

ショールームデータ
住所◎大阪市中央区久太郎町4-1-15
南御堂ビルディングSouth4階
電話◎(06)6281-8481
営業時間◎11:00〜19:00
定休日◎なし
URL◎https://www.tominet.co.jp/

vol.60　暖簾

お店の顔として、世界に誇れる日本の文化“のれん”を
発注できる店・メーカーを紹介します。

中むら　オリジナルのれんの企画・デザイン・製作

1923年から2006年まで東京・神田で営んでいた、着物の染めや洗い張り、あつらえなどを請負う悉皆屋(しっかいや)をルーツとする会社。2014年から藍染めや引き染めなどの伝統技法からテクノロジーを用いた現代技法までのさまざまな手仕事をコーディネートしてのれんを製作。誰もが知る老舗店舗はもちろん、商業施設のファサードや空間装飾用に提供している。さらに、のれんを使用した各種企画や、紋などのグラフィックデザイン、設置方法の提案も行い、企画から設置まで一貫してサポートする。

中むら
URL◎http://www.nakamura-inc.jp/　電話◎050-3716-3980
〔資料請求番号851〕

水野染工場　オーダーのれん

1907年(明治40年)に北海道・旭川で創業した110年以上の歴史を持つ水野染工場。印染商品を中心に伝統技法を用いて、図案から染色、縫製まで一貫して製作する体制を整えている。写真は、素材に綿を使用した3色染めののれん。サイズ:w3400×h 900㎜、割れ巾:6枚巾。1枚からのオーダーに対応し、見積りは無料。ほかに、日除けのれんや半纏、大漁旗、よさこい衣装などの製作も行う。

水野染工場
URL◎http://www.hanten.jp
電話◎(0166)29-0000
〔資料請求番号852〕

川崎ロープ　い草 縄のれん

日本人には馴染みのある素材い草の縄を使用した昔ながらの縄のれん。間口や設置場所のに合わせたサイズで作製することができ、ロゴや名前を入れることも可能。い草ならではの匂いや、色の移り変わりも楽しめる。上部の飾り部分は写真の格子編みのほか七宝編みなどから選べ、素材もい草縄のほか、染色可能なジュート麻縄も選べる。すべて職人が作製しているので、規格外のものも相談次第で対応可能。い草 縄のれんでサイズがw1200×d30×h1200㎜の場合、価格は20,420円。

川崎ロープ
URL◎https://www.kawasaki-rope.com/
電話◎(075)371-0533
〔資料請求番号853〕

太田旗店　特注のれん

大分の太田旗店は、1866年(慶応2年)の創業以来、のれんをつくり続け、昨年は年間1万枚程自社工場にて製作した実績を持つ。特注のれんはワンストップで、刷毛染め、手捺染、インクジェットなど、さまざまな染色方法、素材に対応する。写真ののれんは、生成り麻に反応染料を刷毛染めしたもの。サイズ:w1500×h1300㎜。また、のれんや旗だけでなく、はっぴや手ぬぐい、催事の装飾など幅広いニーズに応える。

太田旗店
URL◎https://www.ootaflag.co.jp/
電話◎(097)532-5511
〔資料請求番号854〕

京都染元しょうび苑　本ろうけつ染め 麻のれん

伝統の本ろうけつ染めの技法を駆使してつくられる麻100%ののれん。下描き、蝋付け、染め、蝋落とし、洗い、巾だし整理、裁断・縫製仕立ての全ての作業を職人の手仕事で仕上げている。溶かした蝋の温度や量は、気温、湿度、天候などによる調整が求められ、まさに熟練の技と言える。店舗のれん、楽屋のれんを始め、既製品のれんなどを幅広く製作。見積りは無料で、生地本、文字見本も無料発送で対応する。写真は、「ネコ(赤)」。サイズ:約w880×h1500㎜、価格:22,000円。

勝美商店
URL◎http://norenya.sakura.ne.jp/syoubien/quality.html
電話◎0120-832-123
〔資料請求番号855〕

インテリア業界に特化した求人情報サイトをご活用ください！

検索ツールでご希望の求人情報が探せるほか、
プロフィール登録制のため複数企業への応募も簡単！
インテリア業界のお仕事にまつわる記事など
コンテンツ配信も行います！

id,job is Now Available!!

本サイトの特長

インテリア業界に特化した求人情報充実！

優良求人情報が豊富に掲載されています！

プロフィール登録制で複数の応募も簡単！

国内外の優れたインテリアデザイン、店舗デザインを紹介する月刊誌『商店建築』と、住宅・インテリアを中心に心地よい住まいづくりを提案する、ハイエンドライフスタイル誌『I'm home.』を発行する商店建築社が運営するインテリア業界に特化した求人情報サイトです。

掲載をご検討中のインテリアデザイン事務所、企業様へ

今なら通常1ヶ月の掲載期間を“3ヶ月”に延長キャンペーン中です!!

スタンダードプラン

¥50,000

『id,job』の標準的なプランです。同時掲載可能な職種やイメージ数を押さえ、低価格でご利用いただけます。

プレミアムプラン

¥85,000

同時に多数の職種や、人材を募集する際におすすめのプランです。貴社の雰囲気、実績を十分発信できます。

本サイトの特長は、無駄のない正確なマッチングが図れ、リーズナブルな価格で豊富な求人情報とイメージを掲載できます。弊社のTwitterやFacebookなどのSNSとも連携して『id,job』の情報発信を行います。今ならキャンペーン価格にてご掲載いただけます。

http://www.id-job.jpn.com

※料金には別途消費税がかかります。　※キャンペーンは予告なく終了する場合がございます。

2019年12月1日発行 毎月1回1日発行 第64巻第12号 通巻804号 発行所：株式会社商店建築社 問い合わせ先 愛読者様専用電話(03)3363-5910 販売部(03)3363-5770 広告部(03)3363-5760 編集部(03)3363-5740

定価2,138円 本体1,944円

雑誌 04465-12

4910044651297
01944